

## Document E1: Persoonlijke verkoop

De exameneisen Persoonlijke verkoop van januari 2015:

K=kennisvragen B= begripsvragen T= Toepassingsvragen

Leerstofgebied	De kandidaat:	
Marketing	kan het begrip marketing definiëren	K
	kan de 4 P's van de marketing benoemen	K
	kan de uitgangspunten van persoonlijke marketing benoemen	K
	kan de marketingmix benoemen	K
Algemene verkoopkennis		
	kan de definitie van persoonlijke verkoop uitleggen	B
	kan de vier niveaus van persoonlijke verkoop benoemen	K
	kan de verkoopcyclus benoemen	K
	kan de fasen in een verkoopgesprek definiëren en uitleggen	K/B
	Kent het begrip elevator pitch en kan deze in de praktijk toepassen	K/T
	kan de definitie van netwerken uitleggen	K
	kan de behoeften piramide van Maslov definiëren	K
	kan de attitude-overtuigingsdriehoek definiëren	K
	kan het algemene communicatiemodel definiëren	K
	kan de kenmerken van verbale- en non-verbale communicatie beschrijven	T
	kan het VOITA-model omschrijven	B
	kan de technieken voor het maken van een telefonische afspraak toepassen	T
Vorbereiding		
	kan de drie fases in de voorbereiding van een verkoopgesprek beschrijven	K
	bij elke fase de voordelen concreet benoemen	B
	kan een nauwkeurige omschrijving van de doelstelling formuleren (ambitieuw, realistisch en meetbaar)	T
	kan de vijf koopmotieven omschrijven	K
Opening		
	kan de juiste begroeting kiezen om contact te maken met de klant	T
	kan de voorstellingsprocedure demonstreren	T
	kan de voorbereiding vertalen naar de relatie met het bedrijf (contactpersoon)	B
	kan tijdens de opening een bruggetje maken naar het doel van de afspraak	B
Informatie		
	kan uitleggen hoe de klant vertrouwen krijgt in hem/haar als adviserend verkoper	B
	kan de verschillende rollen beschrijven die een adviserend verkoper kan aannemen	K
	kan onderscheid maken naar verschillende personen in het verkoopgesprek	B
	kan uitleggen waarom hij de klant (mede) verantwoordelijkheid laat nemen voor het advies (proces)	B

## Document E1: Persoonlijke verkoop

Transformatie		
	kan de juiste vragen stellen voor het ontdekken van de behoeften van de klant	T
	kan de technieken van open en gesloten vragen stellen toepassen in het gesprek	T
	kan de verschillende koopmotieven herkennen en toepassen in een verkoopgesprek	B/T
	kan door middel van het toepassen van de gewenste gesprekstechnieken gehoor proberen te winnen voor zijn/haar advies	T
	kan de drie gouden regels toepassen bij het tonen van zijn/haar product	T
	kan uitleggen wat het begrip prijs/kwaliteitsverhouding inhoudt	B
	kan uitleggen welke elementen een rol spelen bij prijsvorming	B
Afronding/afsluiting		
	kan de afsluittechnieken omschrijven	K
	kan afsluittechnieken toepassen	T
	kan de juiste afsluiting en vervolgspraak duidelijk formuleren	B/T
Opvolging		
	kan de vervolgstappen benoemen	B

### Het mondelinge gedeelte van het examen Persoonlijke verkoop omvat de volgende vaardigheden:

Het voeren van een gesprek op basis van een gegeven situatie, waarbij het zich richten op de behoeften en verwachtingen klant centraal staan:

- het achterhalen van de behoeften (eisen/wensen) en verwachtingen van de klant
- het aansluiten bij behoeften en verwachtingen van de klant
- "klant"-tevredenheid in de gaten houden

RV= reproductieve vaardigheden hebben betrekking op standaardprocedures

PV= productieve vaardigheden doen een beroep de creativiteit van de examenkandidaat

Adviesgesprek		
1.	Correcte toepassing "elevator pitch"	RV
2.	Eerste indruk (glimlachen, oogcontact, handdruk)	RV
3.	Vragen stellen (open en gesloten vragen) op het juiste moment stellen	PV
4.	Opvangen non-verbale signalen (twijfel, weerstand)	RV
5.	Klanttevredenheidssignalen/bezwaren herkennen en benoemen	RV
6.	Afsluiten (correct afsluiten)	RV