

Exameneisen en literatuurlijst

NIMA Basiskennis Sales

Van toepassing op de examens vanaf januari 2018



INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding.....	3
1.1 Inhoud van dit document.....	3
1.2 Niveau en positionering NIMA Basiskennis Sales	3
2. Examenmethodiek.....	4
3. Taxonomie.....	4
4. Exameneisen	5
5. Literatuurlijst.....	8
Bijlage: European Qualification Framework (EQF)	9

1. Inleiding

1.1 Inhoud van dit document

Dit document bevat onder andere de exameneisen voor NIMA Basiskennis Sales. Deze eisen zijn van toepassing op de NIMA Examens Basiskennis Sales vanaf 2018 en zullen voor onbepaalde tijd geldig zijn.

Dit document heeft als doel jou als examenkandidaat of docent te informeren over de eisen die worden gesteld aan een kandidaat voor dit examen.

De exameneisen zijn een weergave van de inhoud en het niveau van de examenmodule Basiskennis Sales.

In dit document is te lezen wat het niveau is van het diploma, de methodiek van de examenmodule, de daadwerkelijke exameneisen, de competentieschalen welke van toepassing zijn voor het schriftelijke examen en de literatuur die als basis dient voor het NIMA Examen Basiskennis Sales. De NIMA examens kennen een EQF niveau; de nadere uitleg hierover is tevens in de bijlage terug te lezen.

1.2 Niveau en positionering NIMA Basiskennis Sales

Het NIMA Examen Basiskennis Sales toetst of kandidaten beschikken over de kennis en vaardigheden om op uitvoerend niveau binnen het domein van de Sales te kunnen opereren. Het NIMA Examen Basiskennis Sales vormt de basis van een beroep of rol binnen het Salesdomein.

Het NIMA Examen Basiskennis Sales vormt de basis voor beroepsrollen op het niveau van Salesassistent of junior medewerker op EQF niveau 3 van het Europese kwalificatieraamwerk (European Qualification Framework, zie bijlage 1). De beroepsprofielen in het EQF zijn opgesteld op basis van opleidings- en werkniveau waarbij ingezoomd wordt op kennis, vaardigheden en verantwoordelijkheden.

Voor de bepaling van een EQF niveau wordt gekeken naar de inhoud van de exameneisen en de vorm waarin deze exameneisen worden getoetst. De niveaus in het raamwerk zijn te vergelijken met de bekende opleidingsniveaus MBO, HBO en WO. Meer informatie over de beroepsrollen en niveaus in het EQF is als bijlage opgenomen.

De doelgroep van dit examen bestaat uit:

- Mensen die zich willen oriënteren op het Salesvak;
- Mensen die in Sales aanpalende of -ondersteunende gebieden werkzaam zijn;
- Mensen die willen doorstromen naar NIMA A Sales.

Verondersteld kennisniveau:

- Minimaal MBO denkniveau of EQF¹ niveau 3;
- Basale rekenvaardigheid (o.a. rekenen met procenten).

¹ EQF = European Qualification Framework (www.nlqf.nl/over-nlqf-eqf/eqf)

2. Examenmethodiek

Het examen wordt schriftelijk afgenomen. De kennis wordt getoetst aan de hand van 45 meerkeuzevragen. Bij de toetsing wordt een evenwichtige spreiding van de onderwerpen uit de exameneisen nagestreefd. Het examen wordt in een examentijd van 90 minuten (1,5 uur) afgenomen.

Om in het bezit te komen van het NIMA Diploma Basiskennis Sales dient de kandidaat een voldoende resultaat (cijfer van 5,5 of hoger) te behalen.

3. Taxonomie

Ten grondslag aan de NIMA Examens liggen exameneisen. De exameneisen zijn de leerdoelen op basis waarvan de examens worden ontwikkeld en geven het niveau weer waarop een gediplomeerde zou moeten functioneren. Het niveau van een leerdoel is vastgelegd in een zogenaamde taxonomie.

In de exameneisen is achter elk leerdoel een letter of lettercombinatie te zien. Onderstaand worden deze letters verklaard.

- (K) = Kennis; Bijvoorbeeld een definitievraag.
- (B) = Begrip; Bijvoorbeeld aangeven wat van toepassing is.
- (RV) = Reproductieve Vaardigheden; hebben betrekking op standaardprocedures of gebruik van formules.
- (PV) = Productieve Vaardigheden; doen een beroep op de creativiteit van de examenkandidaat, het gaat om handelingen in nieuwe situaties. Bijvoorbeeld het ontwikkelen van een Salesplan.

Een taxonomie kent een hiërarchie die begint bij het niveau Kennis van bijvoorbeeld een verschijnsel, tot Productieve Vaardigheden waarbij een kandidaat in staat is kennis toe te passen en bijvoorbeeld te presenteren en te combineren. Een exameneis kan op een lager niveau getoetst worden dan waarop deze is opgesteld. Bijvoorbeeld: wanneer een eis op RV niveau is opgesteld, kan deze eis ook op begripsniveau voorkomen in een examen.

4. Examenen

De Examenen NIMA Basiskennis Sales zijn:

1. Communicatie algemeen & gesprekstechnieken

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
1.01	kan de communicatiemodellen van Lavidge en Steiner, AIDA, Starch, VOCATIO, VOITA en DAGMAR beschrijven	x			
1.02	kan het 'two-step-flow' communicatiemodel definiëren	x			
1.03	kan de definitie geven van selectieve perceptie	x			
1.04	kan opsommen welke factoren effectieve communicatie kunnen belemmeren	x			
1.05	kan opsommen welke factoren effectieve communicatie kunnen stimuleren	x			
1.06	kan de relatie tussen communicatiedoelen en vormen van communicatie beschrijven	x			
1.07	kan verschillende afsluittechnieken benoemen	x			
1.08	kan opsommen welke soorten achtergrondinformatie voorafgaand aan een verkoopgesprek verzameld kunnen worden	x			
1.09	kent de argumentatietechnieken die tijdens een verkoopgesprek gebruikt kunnen worden	x			
1.10	kent het begrip SMART	x			
1.11	kent de afsluittechnieken die tijdens een verkoopgesprek gebruikt kunnen worden	x			
1.12	kent de vraagsoorten die tijdens een klantgesprek gebruikt kunnen worden	x			
1.13	herkent communicatiestoringen	x			
1.14	weet de impact van non-verbale communicatie	x			
1.15	kent de KVVb-matrix	x			
1.16	kent de tegenspraaktechnieken van Hasper	x			
1.17	weet waar een buying grid toe dient	x			
1.18	kan koopweerstand bij een klant herkennen	x			
1.19	kan de DMU benoemen	x			
1.20	herkent koopsignalen	x			
1.21	weet hoe je een productdemonstratie moet geven	x			

2. Marketing en de klant

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
2.01	kan de definitie geven van een suspect, lead en prospect	x			
2.02	weet wat een klantenpiramide is	x			
2.03	kan de instrumenten benoemen die de marketing mix vormen	x			
2.04	kan toelichten dat het marketingconcept meerdere toepassingsgebieden heeft	x			
2.05	kan de termen intensieve, selectieve en exclusieve distributie beschrijven	x			
2.06	kan aan de hand van voorbeelden de ontwikkelingen in het distributiekanaal illustreren	x			
2.07	kan de verschillen tussen producten en diensten noemen	x			
2.08	kan de typen distributiekanaal opsommen	x			
2.09	kan de onderdelen van een marketingplan opsommen	x			
2.10	kan de dimensies van het assortiment opsommen	x			
2.11	kan de definitie geven van free publicity	x			

2.12	kan de vormen van massamedia opsommen	x			
2.13	kan de uitgangspunten van het marketingconcept opnoemen	x			
2.14	kan de definitie geven van attitude	x			
2.15	kan de definitie geven van klantloyaliteit	x			
2.16	kan de waarde van duurzame relaties beschrijven	x			
2.17	kan marktsegmenten benoemen	x			
2.18	kan de voor- en nadelen van telemarketing benoemen	x			
2.19	kan de definitie geven van koopgedrag	x			
2.20	kan de componenten van de attitude opsommen	x			
2.21	kan de definitie geven van customer life time value	x			
2.22	kent het doel van een clientratingsysteem	x			
2.23	weet hoe een bedrijfskolom functioneert	x			
2.24	kent de begrippen reclame en sales promotion	x			
2.25	kent de verschillende vormen van direct marketin	x			
2.26	kent het belang van CRM	x			
2.27	kent de vormen van marktonderzoek en marktonderzoeksmethoden	x			
2.28	is op de hoogte van actuele ontwikkelingen binnen e-commerce	x			
2.29	kent de werking van het driecomponentenmodel van attitude	x			
2.30	kent de motivatietheorie van Maslow	x			
2.31	kent de motivatietheorie van Hertzberg	x			
2.32	weet wat de relatie is tussen motivatietheorieën en het verkoopproces	x			
2.33	weet wat een Value Proposition (waardepropositie) is	x			
2.34	weet de werking van customer life time value	x			
2.35	weet hoe customer service toegepast kan worden	x			
2.36	is op de hoogte van de rol van social media binnen e-commerce	x			
2.37	kent de soorten koopgedrag	x			
2.38	kent de marketinginstrumenten	x			
2.39	weet wat marktsegmentatie is	x			
2.40	kent het vijf-krachtenmodel van Porter	x			
2.41	kan de plaats van een klant in de klantportfoliomatrix (BCG) herkennen	x			
2.42	weet wanneer telemarketing wordt ingezet	x			
2.43	weet wat een klantportfolio analyse is	x			
2.44	weet wat de relatie tussen marketing en sales is	x			
2.45	kan de fasen van Productlifecycle noemen	x			
2.46	weet het verschil tussen desk- en fieldresearch	x			

3. Sales algemeen

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
3.01	kan de termen cross-selling, upselling en deepselling beschrijven	x			
3.02	kan de fasen in het inkoopproces opsommen	x			
3.03	kan de definitie geven van het begrip verkoopenalyse	x			
3.04	kan de definitie geven van het begrip 'just-in-time'	x			
3.05	kan de functies van groothandel opsommen	x			
3.06	kan de functies van detailhandel opsommen	x			
3.07	kan de drie onderdelen van een winkelformule opsommen	x			
3.08	kan de samenwerkingsvormen in de detailhandel opsommen	x			
3.09	kan de taken en verantwoordelijkheden van de inkoper opsommen	x			
3.10	kan de definitie geven van een kredietlimiet	x			
3.11	kan de definitie geven van een krediettermijn	x			
3.12	kan de definitie geven van after-sales	x			
3.13	kan de definitie geven van concurrentie	x			
3.14	kan de soorten kortingssystemen opsommen	x			
3.15	kan de soorten bonussystemen opsommen	x			
3.16	kan de verkoopcyclus beschrijven	x			

3.17	kan de variabelen van de verkoopcyclus opsommen	x			
3.18	kan de basisprincipes van onderhandelen opsommen	x			
3.19	kan definiëren wat Unique Selling Points zijn	x			
3.20	kan de principes die ten grondslag liggen aan klachtenbehandeling opsommen	x			
3.21	kan de definitie geven van Decision Making Unit (DMU) (ook in A2)	x			
3.22	kan de debiteurenbewaking- en invorderingsprocedures opsommen	x			
3.23	kent de definitie van persoonlijke verkoop	x			
3.24	kent het vijf-fasen-koopproces	x			
3.25	kent de vier belangrijkste kenmerken van een elevator-pitch	x			
3.26	kent de volgende begrippen: - de stimulus-responsmethode - de acceptatie-modelmethode - de behoeftegerichte methode - de probleemoplossende methode - de situationele methode - de koopfasenmethode	x			
3.27	kent de hoofdcategorieën van koopmotieven	x			
3.28	kent de vijf typen tegenwerpingen	x			
3.29	weet hoe men dient te reageren op een specifieke klanttypologie	x			
3.30	kent het begrip Total Cost of Ownership (TCO)	x			
3.31	weet wat een request for proposal is	x			
3.32	kent het begrip Value Chain Analysis (VCA)	x			
3.33	weet wat cold calling is	x			
3.34	kent de WKBBC-matrix	x			
3.35	kan de definitie geven van winkelformule	x			
3.36	kan de definitie geven van promotie	x			
3.37	kan de definitie geven van inkoopportfolio	x			
3.38	kan de drie basisstrategieën van prijszetting en hun subcategorieën benoemen	x			
3.39	kent de redenen om korting te verlenen	x			
3.40	weet wat een break-even-point en break-even-omzet is	x			
3.41	kent het doel van prospect-, client- en vendorrating	x			
3.42	kent de voordelen van persoonlijke verkoop	x			
3.43	kent het inkoopportfolio van Kraljic	x			
3.44	kent de drie basisstrategieën van prijszetting en hun subcategorieën	x			
3.45	is op de hoogte van de verschillende verkoopmethoden	x			
3.46	kent de theorie van het klachtgedrag van Day en Landon	x			
3.47	weet wat (ISO-)certificering is	x			
3.48	kent de verschillende verschijningsvormen van betalingscondities	x			
3.49	kent de verschillende klanttypologieën	x			
3.50	kent de fasen van het onderhandelingsproces	x			
3.51	weet wat een sellogram is	x			

4. De organisatie, de verkoper en zijn prestaties

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
4.01	kan de voor- en nadelen van accountmanagement opsommen	x			
4.02	weet het belang van ecologische factoren en ethisch handelen voor een organisatie	x			
4.03	kan de definitie geven van het begrip missie van de onderneming	x			
4.04	kan methoden van persoonlijke verkoop opsommen	x			
4.05	kan opsommen welke taken en verantwoordelijkheden een verkoper heeft	x			
4.06	kan de doelstellingen van een offerte opsommen	x			
4.07	kan de indeling van een offerte beschrijven	x			

4.08	kan de principes van accountmanagement opsommen	x			
4.09	kan de onderdelen van een verkoopplan opsommen	x			
4.10	kent de rol van de verkoper bij marktonderzoek	x			
4.11	is op de hoogte van de voor- en nadelen van de verschillende ondernemingsvormen	x			
4.12	weet het doel van een verkoopplan	x			
4.13	weet wat routeplanning is	x			
4.14	weet het verschil tussen lijn- en staffunctionarissen	x			

5. Literatuurlijst

De kennis voor het NIMA Examen Basiskennis Sales is in literatuur maar ook online beschikbaar. De onderstaande literatuur wordt door de Examencommissie als basis gebruikt voor het ontwikkelen van de examens maar is niet allesomvattend; de exameneisen (= leerdoelen) in dit document zijn altijd leidend.

Werf, Robin van der, *Basisboek Sales*
Noordhoff Uitgevers, 2e druk 2018, ISBN 9789001886431

Indien de inhoud van een exameneis niet in bovenstaande literatuur staat, raadpleeg bronnen van het Internet, tijdschriften, kranten, enzovoorts.

European Qualification Framework (EQF)

EQF Niveau	Functie	Examens	Kennis	Vaardigheden	Verantwoordelijkheid
Niveau 3-4	Junior Practitioner	NIMA Basiskennis Marketing NIMA Basiskennis Online Marketing NIMA Basiskennis Communicatie NIMA Basiskennis Sales	Feitenkennis en basisbeginselen van de theorie.	Basisvaardigheden om tot oplossingen te komen.	Verantwoordelijkheid nemen om taken te voltooien.
Niveau 4 MBO	Marketing Practitioner Communication Practitioner Sales Practitioner	NIMA A Marketing NIMA A Communicatie NIMA A Sales	Algemeen praktische en theoretische kennis, relevant voor het werk of de studie.	Gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om tot oplossingen voor problemen binnen het werk of de studie te komen.	Zelfstandig functioneren binnen werk of studie, ook als deze aan veranderingen onderhevig zijn. Toezicht op het werk van anderen nemen om werk- en studieactiviteiten van anderen te evalueren en te bevorderen.
Niveau 5 HBO	Marketing Associate Junior Marketeer	NIMA/MOA B Marketingonderzoek en Informatiemanagement	Uitgebreide praktische en theoretische kennis van het gespecialiseerde werk- of studieveld.	Een uitgebreide reeks van gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om creatieve oplossingen voor concrete en abstracte problemen te ontwikkelen.	Werk- en studieactiviteiten van anderen in onvoorspelbare situaties aansturen en onder toezicht houden. De eigen prestatie en die van anderen beoordelen en ontwikkelen.
Niveau 6 HBO SMP	Marketing Manager Communication Manager	NIMA B Business Marketing NIMA B Consumentenmarketing NIMA B Digital Marketing NIMA B Corporate Communicatie NIMA B Marketingcommunicatie NIMA B Non-profit/ Overheidscommunicatie NIMA B Sales (Accountmanager of Verkoopleider)	Gevorderde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritisch begrip van theorieën en grondslagen.	Gevorderde vaardigheden, kennis en innovatie, die in een complex en gespecialiseerd werk- of studieveld nodig zijn om tot oplossingen voor onvoorziene problemen te komen.	Complexe, technische of professionele activiteiten of trajecten aansturen en verantwoordelijkheid voor besluitvorming nemen in onvoorspelbare werk- en studietoelagen. Werk- en studiegroepen leiden.
Niveau 7 WO	Marketing Director Strategisch Marketeer	NIMA C	Hooggespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritische oordeelvorming met betrekking tot het vakgebied en daaraan grenzende vakgebieden.	Gespecialiseerd onderzoek en probleemoplossende vaardigheden, zoals analyse en synthese, om nieuwe kennis en procedures te ontwikkelen en kennis uit verschillende vakken te integreren.	Leiderschap en innovatie in de werk- en studiegebieden te demonstreren, die complex en onvoorspelbaar zijn en die nieuwe strategische benadering vereisen. Verantwoordelijkheid nemen om persoonlijke ontwikkeling voort te brengen die kan bijdragen tot professionele kennis en vaardigheden om strategische teamprestaties te beoordelen.
Niveau 8 WO RM / EMP	CMO Marketing Director Strategisch Marketeer		Meest geavanceerde en gespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk of de studie en daaraan gerelateerde vakgebieden.	Meest geavanceerd en probleemoplossend vermogen, waaronder synthese en evaluatie, ten behoeve van kritische probleemoplossing en om bestaande kennis te herdefiniëren.	Autoriteit, innovatie, autonomie, professionele integriteit en betrokkenheid ter bevordering van nieuwe ideeën of processen binnen het werk- of studieveld (inclusief onderzoek).

*EQF = European Qualification Framework. Binnen het European Marketing Confederation (EMC) zijn alle examens op basis van het EQF internationaal erkend, waarbij een examen op EQF niveau is vastgesteld en onderling wordt erkend.

EMC leden: nationale en regionale business- en marketingverenigingen en confederaties uit heel Europa zijn lid. De aangesloten landen zijn: Duitsland, Ierland, Finland, Griekenland, Groot-Brittannië, Litouwen, Nederland, Rusland, Zweden en Zwitserland.