

Rendement koppeldocument SPL toetstermen

Rendement dekt de SPL-toetstermen van de kwalificaties die vallen onder de dossiers Commercie en Marketing, communicatie en evenementen.

Hierna ziet u voor onderstaand kennisexamen per SPL toetsterm de koppeling met de (hoofdstuk)titel van Rendement.

Dossier: Commercie

Examen: KE4 Sales

Profiel(en): P1 Commercieel medewerker
 P2 Medewerker contactcenter

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Communicatieproces (18%)	1.1	De kandidaat beschrijft of herkent het AIDA-model, VOITA-model of VOCATIO-model	Verkoop en relatiebeheer	H5
	1.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van intrapersonlijke communicatie, interpersoonlijke communicatie, groepscommunicatie, massacommunicatie, interne, externe, non-verbale, verbale, formele of informele communicatie.	Verkoop en relatiebeheer	H4 H5 H8
	1.3	De kandidaat beschrijft of herkent het ZBMO-model of een aanverwant begrip: zender, boodschap, medium, ontvanger, (en)coderen, decoderen, redundantie, ruis of feedback/terugkoppeling.	Marketing en communicatie 1 Marketing en communicatie 2	H1 H2
	1.4	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer stappen van het verkoopproces (eenvoudig of complex product).	Verkoop en relatiebeheer	H1 H5
	1.5	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke communicatievorm sprake is: affiliate marketing, linkbuilding, e-mailmarketing, zoekmachine adverteren, appvertising of webvertising.	Marketing en communicatie 2	H3
Klantbenadering (25%)	2.1	De kandidaat beschrijft of herkent de verkoopfunctie merchandiser, binnendienst, buitendienst, key-accountmanager, salesmanager, accountmanager, vertegenwoordiger, commercieel directeur, service merchandiser of ambassadeur.	Verkoop en relatiebeheer	H8

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	2.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie welke wijze van klantcontact is toegepast. <ul style="list-style-type: none"> • Direct contact: persoonlijke verkoop, beursverkoop, catalogusverkoop (silent sales person), e-commerce/internet en/of customer contact center • Indirect contact via distributiepartners: algemene, gespecialiseerde of gecombineerde distributeur, jobber, makelaar, dealer, agent, commissionair en/of value-added reseller. 	Verkoop en relatiebeheer	H5
	2.3	De kandidaat benoemt of herkent één of meer voor- en nadelen van de geografische, productgerichte, afnemersgerichte, marktgerichte of functionele indeling van de salesorganisatie.	via Website	
	2.4	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip lead, cold/hot prospect, suspect, rayonnering, koopcentrum of DMU.	Verkoop en relatiebeheer	H1 H8
	2.5	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip, klantloyaliteit, klantretentie, klantpiramide (a-b-c-klanten), customer rating, customer life time value, CRM of sellogram .	Verkoop en relatiebeheer	H3 H7 H8
	2.6	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van actieve verkoop, receptieve verkoop, persoonlijke verkoop, niet-persoonlijke verkoop, directe acquisitie (koude acquisitie, canvassing) of indirecte acquisitie (referentie, consultant of warme acquisitie).	Verkoop en relatiebeheer	H2
	2.7	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van de behoeftegerichte verkoopmethode (trial-and error methode, acceptatiemethode of koopfasenmethode), probleemoplossende verkoopmethode, procesgerichte verkoopmethode (actie-reactie, stimulus-respons of mentale-fase verkoopmethode) of relatie/advies verkoopmethode (heart selling).	Verkoop en relatiebeheer	H2

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.1	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer factoren die het koopgedrag van een consument beïnvloeden: motivatie, perceptie, waarnemen en leren, persoonlijkheid en levensstijl, attitude (drie componenten), interpersoonlijke factoren (cultuur, sociale klasse, referentiegroep of gezin).	Verkoop en relatiebeheer	H4 H7 H8
	3.2	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer factoren die het koopgedrag van een organisatie beïnvloeden: persoonlijke factoren, interpersoonlijke factoren (cultuur, sociale klasse, referentiegroep of relatie met de verkoper), gebonden factoren (vanuit de rollen van het koopcentrum), omgevings- en organisatiefactoren.	Verkoop en relatiebeheer	H4 H7 H8
	3.3	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer fasen van het (online) koopbeslissingsproces van een organisatie of consument. <i>Koopbeslissingsproces van een organisatie</i> * Probleembepaling of probleemherkenning, vaststellen van de productspecificaties, zoeken/selecteren van potentiële leveranciers, aanvragen en evalueren van offertes, onderhandelen met leveranciers, kiezen leverancier, opstellen contract of koopovereenkomst, bewaken van de order, evalueren en terugkoppelen <i>(Online) koopbeslissingsproces van een consument</i> Ontstaan van een probleem of wens (behoefte- of probleemherkenning), informatie zoeken, evalueren van de alternatieven, aankopen (kiezen, beslissen, keuze verkoopkanaal), gebruiken en evalueren van het gebruik De kandidaat deelt een consument of organisatie in één van de adoptiecategorieën in: innovators, early adopters, early majority, late majority, of laggards.	Verkoop en relatiebeheer	H1 H2 H4 H8
	3.4	De kandidaat deelt een consument of organisatie in één van de adoptiecategorieën in: innovators, early adopters, early majority, late majority, of laggards.	Marketing en communicatie 1	H2

Rendement koppeldocument SPL toetstermen

Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.5	De kandidaat beschrijft of herkent de behoeftepiramide van Maslow of de motivatietheorie van Herzberg.	Verkoop en relatiebeheer	H4
	3.6	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip high involvement, low involvement, cognitieve dissonantie of selectieve perceptie.	Verkoop en relatiebeheer	H7
	3.7	De kandidaat bepaalt voor een gegeven inkoop situatie van welk koopgedrag sprake is bij een organisatie straight rebuy (ongewijzigde her-aankoop), modified rebuy (gewijzigde her-aankoop), new task (eerste aankoop).	Verkoop en relatiebeheer	H4
	3.8	De kandidaat bepaalt voor een gegeven inkoop situatie van welk koopgedrag sprake is bij een consument routinematige aankoopgedrag (RAG), beperkt probleemoplossend aankoopgedrag (SPO) of uitgebreid probleemoplossend aankoopgedrag (UPO).	Verkoop en relatiebeheer	H4 H8
	3.9	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van communicatiegedrag, koopgedrag, gebruiksgedrag of afdankgedrag.	Verkoop en relatiebeheer	Overall
Verbindenissen (14%)	4.1	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van overeenkomsten bij verkoop op afstand, verkoop in de winkel of verkoop buiten de verkoopruimte (colportage of straatverkoop) zoals (extra) informatieplicht, bedenktijd, geldigheid, levering en risico of ontbinding.	Marketing en communicatie 2	H2 H5

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	4.2	De kandidaat herkent één of meer kenmerken van of beschrijft één of meer (internationale) leveringscondities: franco, rembours, Ex Works (loco) of Free on Board.	Via website	
	4.3	De kandidaat beschrijft of herkent de functie of het doel van de Autoriteit Consument en Markt (ACM), Stichting Reclame Code, de DDMA gedragscode, Stichting Postfilter, Bel-me-niet Register, College Bescherming Persoonsgegevens, ConsuWijzer, Creative Commons, opt-in of opt-out.	Marketing en communicatie 2	H5
Kengetallen en Kostenbegrippen (14%)	5.1	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer commerciële kengetallen of ratio's: conversieverhouding, responspercentage, (acquisitie) call-rate, recallratio, succesrate, offertescoringsratio of servicegraad.	Calculaties en analyses	H6
	5.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven begroting (exploitatie of liquiditeit) van welke kostensoort sprake is: vaste, variabele, directe of indirecte kosten.	Calculaties en analyses	H2 H4
	5.3	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer bedrijfseconomische begrippen: nettowinst, brutowinst, winstmarge, break-even-omzet, break-evenafzet, (integrale) kostprijs, target, terugverdientijd of omloopsnelheid.	Calculaties en analyses	H4 H5 H6
	5.4	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer kortingen of bonussen: betalingskorting, seizoenkorting, kwantumkorting, relatiekorting, rabatkorting, actiekorting of omzet - of afnamebonus	Marketing en communicatie 1 Marketing en communicatie 2	H3