

## 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:           KE6 Sales en onderzoek**

**Profiel(en):**       P3: Intercedent, niveau 4  
                          P4: (Junior) accountmanager, niveau 4  
                          P5: Assistent-manager internationale handel, niveau 4  
                          P6: Vestigingsmanager groothandel, niveau 4

# Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Communicatieproces (16%)	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 intrapersoonlijke communicatie, interpersoonlijke communicatie, groepscommunicatie, massacommunicatie, interne, externe, non-verbale, verbale, formele of informele communicatie.	Corporate communicatie	H1.2
	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.	Corporate communicatie	H1.1
	1.4	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer stappen van het verkoopproces (eenvoudig of complex product).	Verkoop en relatiebeheer	H1
	1.5	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke communicatievorm sprake is: affiliate marketing, link-building, e-mail marketing, zoekmachine adverteren, appvertising of webvertising.	Marketing en communicatie 2	H3
Klantbenadering (32%)	2.1	De kandidaat beschrijft of herkent de verkoopfunctie merchandiser, binnendienst, buitendienst, key-accountmanager, sales manager, accountmanager, vertegenwoordiger, commercieel directeur, service merchandiser of ambassadeur.	Verkoop en relatiebeheer  Account-management	H8  H3.1
	2.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie welke wijze van klantcontact is toegepast. <ul style="list-style-type: none"> <li>Direct contact: persoonlijke verkoop, beursverkoop, catalogusverkoop (silent sales person), e-commerce/internet of customer contact center</li> <li>Indirect contact via distributiepartners: algemene, gespecialiseerde of gecombineerde distributeur, jobber, makelaar, dealer, agent, commissionair of value-added reseller.</li> </ul>	Account-management	H3

# Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	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.	Account-management	H3
	2.4	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip lead, cold/hot prospect, suspect, rayonnering, koopcentrum of DMU.	Account-management	H1 H2
	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.	Account-management	H1
	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 of canvassing) of indirecte acquisitie (referentie, consultant of warme acquisitie).	Account-management	H3
	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
	2.8	De kandidaat bepaalt voor een gegeven inkoop situatie van welke DMU-rol sprake is: gatekeeper (portier), initiator, user (gebruiker), influencer (beïnvloeder), buyer (inkoper) of decider (beslisser).	Account-management	H2
	2.9	De kandidaat beschrijft of herkent een van de rollen van een Problem Solving Unit (PSU).		
	2.10	De kandidaat beschrijft of herkent de rol of taak van een DMU in een van de fasen van het inkoopproces (van Weele).	Account-management	H2

# Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Koopedrag (29%)	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).	Marketing en communicatie 2  Verkoop en relatiebeheer  Account-management	H1   H4
	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), taakgebonden factoren (vanuit de rollen van het koopcentrum), omgevings- en organisatiefactoren.	Marketing en communicatie 2  Verkoop en relatiebeheer  Account-management	H1  H4
	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> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul> <i>(Online) koopbeslissingsproces van een consument</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ontstaan van een probleem of wens (behoefte- of probleemherkenning), informatie zoeken, evalueren van de alternatieven, aankopen (kiezen, beslissen of keuze verkoopkanaal), gebruiken en evalueren van het gebruik</li> </ul>	Marketing en communicatie 2  Account-management	H1  H1

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.4	De kandidaat deelt een consument of organisatie in één van de adoptie categorieën in: innovators, early adopters, early majority, late majority of laggards.	Marketing en communicatie 1	H2
	3.5	De kandidaat beschrijft of herkent de behoeftepiramide van Maslow of de motivatietheorie van Herzberg.	Verkoop en relatiebeheer Accountmanagement	H4 H1
	3.6	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip high involvement, low involvement, cognitieve dissonantie of selectieve perceptie.	Verkoop en relatiebeheer Accountmanagement Marketing en communicatie 2	H4 H7 H1 H1
	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) of 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: routinematig aankoopgedrag (RAG), beperkt probleemoplossend aankoopgedrag (BPO) of uitgebreid	Verkoop en relatiebeheer	H8
	3.9	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van communicatiegedrag, koopgedrag, gebruiksgedrag of afdankgedrag.	Verkoop en relatiebeheer Marketing en communicatie 2	H7 H1

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Verbintenissen (10%)	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 verkooppriimte (colportage of straatverkoop) zoals (extra) informatieplicht, bedenktijd, geldigheid, levering en risico of ontbinding.	Account-management	H2
	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.	Accountmanagement	H2
	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	H2 H5
Kengetallen en kostenbegrippen (13%)	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	H1, H2

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	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.		