Toepassen theorie: Adviseren en verkoopargumenten

1. Een advies moet objectief zijn. Leg uit waarom.
2. Leg duidelijk het verschil uit tussen een Koopwens, Koopmotief en een verkoopargument.
3. Is een verkoopargument of een koopmotief het allerbelangrijkste voor een klant? Leg je gekozen antwoord uit.
4. Geef bij de onderstaande situaties aan welke ‘methode van vergelijken van artikelen’ je gaat gebruiken. Leg je keuze uit. (Vergelijkende methode, Optelmethode, Aftrekmethode, Deelmethode)

|  |  |
| --- | --- |
| Situatie 1 | “We horen regelmatig van klanten dat die wasmachine de neiging heeft te gaan wandelen. Kennelijk is hij niet goed uitgebalanceerd. Dat probleem zult u bij deze machine nooit tegenkomen. |
| Antwoord: | |
| Situatie 2 | Zoals u ziet is de eerste wasmachine er één uit klasse A, de tweede uit klasse B en de derde uit klasse C. De eerste verbruikt de minste energie, maar het was resultaat van de tweede is beter dan de eerste. De derde machine heeft het hoogste toerental bij het centrifugeren, maar liefst 1.400 toeren. De was komt daar bijna droog uit. |
| Antwoord: | |
| Situatie 3 | Oké, deze wasmachine is 145 euro duurder dan die. Maar zoals u ziet, is het laadvermogen van deze machine zeven kilo in plaats van vijf. Dus u bent met deze machine uiteindelijk toch een stuk goedkoper uit. |
| Antwoord: | |
| Situatie 4 | Kijk deze wasmachine heeft een extra spoelprogramma én een zogeheten eco-toets. Die toets verlengt de was tijd, maar verlaagt de temperatuur |
| Antwoord: | |