

RETAILTRANSFORMATIE IN BEDRIJF

COLOFON

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur: Saskia Klomps

Eindredactie: Ger Boersma, Ria van Dinteren, Tom Kikkert

Afbeeldingen: T. Schneider , pixfly , ricochet64 , place-to-be, David Peperkamp, Tim Remer, Erik Laan, defotoberg, Antonio Gravante, Nopparat Khokthong, Chayantorn Tongmorn, Brilliantist Studio, Roman Borodaev, Shutterstock.com

Titel: Retailtransformatie in bedrijf

ISBN: 978 90 3726 0694, maakt deel uit van pakket 978 90 3726 0700

Eerste druk/eerste oplage
© Boom beroepsonderwijs 2021

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische veelevoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).


De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUDSOPGAVE

1. WERKEN MET DIT KEUZEDEEL	4
2. DE WERELD VAN DE RETAIL	7
3. IDENTITEIT EN MERK	30
4. KLANTBELEVING	42
5. DIGITALISERING	61
6. UITDAGING	91

DIGITALE LEEROMGEVING

Bij sommige opdrachten heb je hulpmiddelen nodig. Bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een link naar een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Dit icoontje  verwijst naar de digitale leeromgeving. Om hier te komen ga je naar digitaal.boomonderwijs.nl/beroepsonderwijs.

Eerste keer inloggen in de digitale omgeving

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

RETAILTRANSFORMATIE IN BEDRIJF

De wereld van de retail verandert snel. Kijk naar de digitalisering van onze samenleving: we zijn altijd en overal online. In dit keuzedeel maak je kennis met de wereld van de retail. Je leert welke soorten klanten en verkoopkanalen er zijn. Ook ontdek je trends die voor jouw (toekomstige) baan belangrijk zijn. Bijvoorbeeld: waarom komen klanten naar je winkel als ze ook online kunnen shoppen? Wat is klantbeleving? Waarom is de smartphone belangrijk bij het winkelen? Wat is e-commerce? Hoe kan technologie retailers helpen? Welke digitale middelen zijn voor jouw baan belangrijk? Denk aan contactloos betalen en social media. Dit keuzedeel gaat niet alleen over kennis, maar ook over vaardigheden: hoe zorg je ervoor dat klanten een geweldige ervaring hebben? Hoe begeleid je de klantreis? Hoe gebruik je digitale middelen om je klanten te helpen? Hoe geef je uitleg aan je collega's? Je kijkt kritisch naar wat nodig is om je voor te bereiden op de toekomst. Door te werken aan dit keuzedeel ontdek je hoe je de klant centraal kunt stellen. Je eigen enthousiasme en houding spelen hierin een belangrijke rol: alles om de klant een optimale beleving te geven.

Bekijk het filmpje. Een beeld van de retail in 2030, gemaakt in 2017.

Technologie kent geen grenzen. Het creëren van ervaringen staat centraal. Hoever staan we nu in deze ontwikkeling? Denk je dat dit toekomstbeeld werkelijkheid gaat worden?

LEERDOELEN


1. Je hebt kennis van de wereld van de retail.
2. Je weet wat retailtransformatie betekent.
3. Je weet welke groepen klanten er zijn.
4. Je weet welke verkoopkanalen belangrijk zijn.
5. Je kent belangrijke trends binnen de retail.
6. Je kijkt kritisch naar welke trends voor jou interessant zijn.
7. Je weet waarom identiteit belangrijk is voor een bedrijf.
8. Je weet wat klantbeleving betekent.
9. Je weet hoe je de klant centraal kunt stellen.
10. Je weet wat een klantreis is en waarom deze belangrijk is.
11. Je kunt de klantreis op een goede manier begeleiden.
12. Je weet wat hospitality betekent en kunt dit toepassen in de praktijk.

13. Je kunt omgaan met weerstand en verschillende soorten klanten.
14. Je kunt omgaan met digitale middelen (bijvoorbeeld onlinevoorraadbeheer en contactloos betalen).
15. Je weet hoe technologie, zoals kunstmatige intelligentie, in de retail wordt gebruikt.
16. Je kunt over een digitaal middel uitleg geven aan de klant en aan collega's.
17. Je hebt kennis van e-commerce en onlinemarketing.
18. Je weet welke rol digitalisering speelt bij het verzamelen van data (gegevens).
19. Je weet waarom big data, zoals klantgegevens, onmisbaar zijn.
20. Je kunt social media op een effectieve manier inzetten.



Dit keuzedeel bestaat uit:

- *Theorie, begrippen en opdrachten*

Hierbij leer je over en oefen je met de praktijk. In sommige opdrachten werk je aan beroepsproducten, deze opdrachten herken je aan . Deze beroepsproducten kun je verzamelen in je portfolio en heb je nodig om de uitdaging aan het einde van dit keuzedeel goed af te ronden.

De beroepsproducten in dit keuzedeel zijn:

- een poster over trends binnen de retail
- een klantreis beschrijven
- een onderzoek naar hospitality in een winkel
- een moodboard over klantbeleving
- een stappenplan voor klanten: betalen met een QR-code
- een infographic over een digitale trend
- een tutorial over een digitaal hulpmiddel voor collega's
- een wervend socialmediabericht.

WERKEN MET DIT KEUZEDEEL

- *Test je kennis*
Hiermee kun je zelf je kennis van de theorie testen.
- *Uitdaging*
Dit is het eindproduct en de afronding van het keuzedeel. Hier werk je gedurende het hele keuzedeel naartoe. En hier word je op beoordeeld.
Voor de uitdaging van dit keuzedeel geef je een (online)presentatie aan een retailbedrijf naar keuze, bijvoorbeeld een stagebedrijf. Je maakt gebruik van de kennis die je hebt opgedaan over retailtransformatie en beroepsproducten. De presentatie geef je op locatie of in de vorm van een vooraf opgenomen video voor medewerkers.
- *Theorietoets*
Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.

Als we het over de retail hebben, gaat het vaak over detailhandel. Toch is er een verschil. Detailhandel gaat over het leveren van goederen aan consumenten. Maar de **retail** is breder: dit gaat over de levering van goederen en/of diensten. Er zijn veel soorten bedrijven binnen de retail. En al deze bedrijven hebben te maken met **consumenten** en klanten. Ook in de betekenissen van deze woorden zit een verschil. Een consument is een persoon die een product gebruikt. Iedereen die meedoet aan de economie is een consument. Voorbeeld: Koen gaat naar een supermarkt. Hij koopt broodjes in de supermarkt. Hij deelt de broodjes met zijn huisgenoten. Zij zijn allemaal consumenten. Koen is de enige klant, omdat hij de aankoop deed.

Naast klanten heb je in de retail te maken met concurrenten. Het is belangrijk om te weten wie je **concurrenten** zijn. Welke zijn het? Hoeveel? Waarin zijn ze concurrerend (bijvoorbeeld prijs)? Denk aan nieuwe concurrenten die met weinig kosten hetzelfde product verkopen. Ook heb je te maken met **leveranciers**, bedrijven die de producten of goederen leveren. Retailers moeten voor een goede samenwerking informatie hebben over hun leveranciers.

Veel retailers zijn mkb-bedrijven. De afkorting mkb staat voor midden- en kleinbedrijf. Ook zijn er steeds meer zzp'ers (zelfstandigen zonder personeel) binnen de retail. Als klein bedrijf is het lastig om het op te nemen tegen giganten als Amazon. Als kleine retailer kun je je wel onderscheiden, bijvoorbeeld door een persoonlijke aanpak en goede service.

Binnen de retail verandert er veel. Nog niet zo lang geleden moest je naar een winkel in jouw dorp of stad. Nu bestel je je spullen net zo makkelijk online. Offline en online gaan steeds meer in elkaar over. Daarnaast worden klanten kritischer en verwachten ze meer. De concurrentie wordt steeds groter, ook internationaal. Als je werkt in de retail, moet je kunnen inspelen op deze veranderingen. Want deze veranderingen hebben invloed op jouw (toekomstige) baan.

AAN HET EIND VAN DIT HOOFDSTUK

1. heb je kennis van de wereld van de retail
2. ken je voorbeelden van klantgroepen
3. ken je belangrijke trends binnen de retail
4. heb je (kritisch) gekeken naar enkele trends in de retail
5. heb je kennisgemaakt met voorbeelden van duurzaamheid in de retail
6. weet je welke ontwikkelingen binnen de retail belangrijk zijn
7. heb je geleerd wat de rol is van digitalisering in de retail
8. weet je wat klantbeleving inhoudt
9. heb je nagedacht over de toekomst van de fysieke winkel.



OPDRACHT 1 Oriëntatie

In dit keuzedeel zul je vaak op zoek gaan naar informatie op internet. In deze video vind je tien handige tips voor het zoeken met Google.

- a. In de retail hebben we het over consument en klant. Wat is het verschil? Leg het in je eigen woorden uit.
- b. Bekijk de website. Schrijf drie dingen uit het artikel op die je interessant vindt.
- c. Binnen de retail wordt de concurrentie steeds groter. Noem twee oorzaken hiervan. Je mag internet gebruiken.
- d. Een retailer kan zelf ook een klant zijn. Op welke manier? Schrijf een voorbeeld op.
- e. Zoek op internet naar een artikel over retail. Schrijf drie punten uit het artikel op die je interessant vindt.

OPDRACHT 2 Vroeger en nu

a.



Foto 1960

Bekijk de foto uit 1960. Ga op internet op zoek naar vier foto's over de retail en winkels. De foto's moeten passen bij de volgende periodes:

- 1950-1970
- 1970-1995
- 1995-2012
- 2012-nu.

- b. Zoek op internet naar informatie, bijvoorbeeld een artikel, over de retail vroeger en nu (vanaf 1950).
- c. Wat valt je op? Wat zijn de belangrijke veranderingen? Schrijf vier voorbeelden op. Tip: maak een tijdlijn met foto's en tekst.
- d. Bekijk de video. Wat is een belangrijke verandering in de retail van vroeger (vanaf bijvoorbeeld 1950) tot nu?



THEORIEBRON GEDRAG VAN KLANTEN

Binnen de retail heb je te maken met soorten klanten. Dit noemen we **klantgroepen**.

Klanten zijn nu een stuk mondiger dan vroeger. Ook zijn sommige klanten gevoelig voor trends. Bij het contact met klanten heb je goede communicatieve vaardigheden nodig. Ook moet je je kunnen inleven in de klant. Daarbij let je op de manier hoe een klant zich in de winkel gedraagt. Als je het gedrag van klanten kunt inschatten en begrijpen, kun je ze beter helpen en adviseren.



OPDRACHT 3 **Observeer klanten**

In jouw (toekomstige) baan heb je dagelijks met verschillende soorten klanten te maken. Het is belangrijk dat je klanten en hun gedrag kunt herkennen. Zo kun je inschatten hoe je het best met ze om kunt gaan. Voor deze opdracht ga je letten op het gedrag van klanten. Dit kan bij je stagebedrijf zijn of op de plek waar je werkt.

- a. Spreek met je leidinggevende af hoe je dit aanpakt. Het moet onopvallend gebeuren. Schrijf vooraf vier dingen op waar je op gaat letten.
- b. Zorg dat je tussendoor aantekeningen maakt. Schrijf op wat je opvalt aan het gedrag van klanten.
- c. Deel je ervaringen met je docent. Wissel eventueel uit met een medestudent.