



ALLROUND KOPSTUK RETAILMEDEWERKER DEEL 1

COLOFON

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

Auteur: Jip Kruis, Tessel Mulder
Eindredactie: Jorinde Post, Saskia Sjollema

Titel: Allround KOPSTUK Retailmedewerker DEEL 1
ISBN: 978 90 372 6397 8

Infographics: Carien Franken | bureau visuele vertalingen
Bronvermelding: 2theloo, Albert Heijn, TechniekNederland, CB, Flinders, Daniëlle Moelker, Trimble Transport & Logistics, ANP, Colijn IT, Ikea, Milieuservice.nl, AH, Marcio da Silva Rocha / Lightsale, Only, Nabuurs, Plus, La Bouchure, Stadsarchief Rotterdam, De Pindakaaswinkel, Boldking, De Cool Classic Club, Smulderstextiel, Zeeman, De Wilderniswinkel, H&M, Jumbo, ANP / Marco de Swart, Betastock / Nationale Beeldbank; Nederlandse Patiënten Federatie; Erik Jansen Fotografie / Nationale Beeldbank; Rova; Nederlandschoon.nl; CBL
Shutterstock.com: www.hollandfoto.net, Aerovista Luchtfotografie, Zoran Photographer, fokke baarsen, defotoberg, AngieYeoh, Muhammad ZA, BYonkruud, Harry Beugelink, Bjoern Wylezich, Mekhanik, Oleg Golovnev, ZikG, Victoria Lipov, AL Robinson, Thierry Hebbelinck, J-THE PHOTOHOLIC; Fira Anjani; Lubo Ivanko; Reinis Karolis 194

1e druk/ 1e oplage

© Boom beroepsonderwijs 2022

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, 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 verveelvoudigingen 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.

INHOUD

	Kerntaak en werkprocessen	6
Hoofdstuk 1	Werken in de retail	7
1.1	Een inleiding op de retail	8
1.2	Functies van de retail	10
1.3	Beroepen in de retail	13
1.4	Werknemers en werkgevers	18
1.5	Cao	22
1.6	Duurzame retail	27
1.7	Samenwerken	33
1.8	Samenvatting	36
1.9	Begrippen	39
Hoofdstuk 2	De goederen zijn onderweg	41
2.1	De goederenstroom	42
2.2	Interne en externe route	51
2.3	Goederen verzamelen	54
2.4	Onlinebestellingen verzamelen	58
2.5	Retourgoederen	62
2.6	Beprijzen, labelen en beveiligen	71
2.7	Artikelen plaatsen en aanvullen in de winkel	75
2.8	Samenvatting	80
2.9	Begrippen	84
Hoofdstuk 3	Artikelen presenteren in de winkel	87
3.1	Winkelinterieur	88
3.2	Inrichting van het winkelinterieur	94
3.3	Family-grouping	100
3.4	Het presentatieplan	110
3.5	Het displayplan	117
3.6	Samenvatting	122
3.7	Begrippen	127
Hoofdstuk 4	Presentaties buiten de winkel	131
4.1	Winkelerterieur	132
4.2	Het frontpresentatieplan	138
4.3	Samenvatting	144
4.4	Begrippen	147
Hoofdstuk 5	Winkelconcept	149
5.1	Wat, wie en hoe?	150
5.2	Presentatie	156
5.3	Nieuwe winkelconcepten?	166
5.4	Samenvatting	176
5.5	Begrippen	180

Hoofdstuk 6	Criminaliteit	181
6.1	Derving en beveiligingsplan	182
6.2	Diefstal door klanten	185
6.3	Diefstal door medewerkers	195
6.4	Diefstal door anderen	197
6.5	Een overval	198
6.6	Agressie en vernieling	204
6.7	Andere vormen van criminaliteit	207
6.8	Samenvatting	212
6.9	Begrippen	214
Hoofdstuk 7	Duurzame retail	217
7.1	Duurzaam ondernemen	218
7.2	Milieuvervuiling	223
7.3	Milieubelasting van producten	228
7.4	Milieubewuste retail	230
7.5	Soorten afval	235
7.6	Zwerfafval	241
7.7	Duurzaamheidskeurmerken en logo's	243
7.8	Samenvatting	247
7.9	Begrippen	249
	Index	252

KERNTAAK EN WERKPROCESSEN

In dit boek komen de volgende kerntaken aan de orde:

B1-K1: Verleent hospitality en verkoopt

B1-K2: Voert ondersteunende retailprocessen uit

Werkprocessen bij kerntaak B1-K2

- **B1-K2-W1:** Functioneert als professional in de retailorganisatie. *Hfdst. 1*
- **B1-K2-W2:** Verzorgt de goederenstroom. *Hfdst. 2*
- **B1-K2-W3:** Verzorgt de artikelpresentatie en/of visual merchandising. *Hfdst. 2, 3, 4, 5*

In dit boek komen ook werkprocesoverstijgende onderwerpen aan de orde die niet te koppelen zijn aan een specifieke kerntaak of werkproces.



HOOFDSTUK 1

WERKEN IN DE RETAIL

Het boek dat je leest, de stoel waar je op zit, de kleding die je draagt: alles wat je hebt, is ooit ergens gemaakt. Waarschijnlijk hebben de meeste spullen een lange weg afgelegd voordat ze bij jou terechtkwamen. Als je al deze producten zelf had moeten bedenken, maken of ophalen, was je daar heel wat tijd aan kwijt geweest. Maar je kon ze kopen in een winkel of webshop.

Bedrijven die goederen of diensten verkopen aan consumenten vormen samen de retail. De retail heeft een belangrijke functie in onze maatschappij. Er zijn veel retailbedrijven. Binnen die bedrijven werken mensen in verschillende functies. Ze zijn werkgever of werknemer en maken samen afspraken over het werken in de retail.

Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk



Bekijk het filmpje en bespreek de vragen.

- Welke werkzaamheden in de retail spreken je het meest aan?
- In de retail zijn skills zoals verantwoordelijkheidsgevoel, sociaal zijn, servicegerichtheid en klantvriendelijkheid heel belangrijk. Vind jij dat je deze skills hebt? Leg je antwoord uit.
- Ken je mensen die werken in de retail? Wat vertellen zij over hun werk?
- Wat trekt jou aan in het werken in de retail?

1.1 Een inleiding op de retail

Bedrijven die producten verkopen aan consumenten noem je retailbedrijven of kortweg **retail**. Als je in de retail werkt, verkoop je goederen of diensten. Goederen (of artikelen) zijn tastbaar. Bijvoorbeeld leesbrillen bij een opticien. Diezelfde opticien biedt ook diensten aan. Diensten zijn niet tastbaar. Bijvoorbeeld oogmetingen. Goederen en diensten samen zijn producten. Het product van een opticien is het adviseren over en aanmeten van hulpmiddelen voor je ogen.

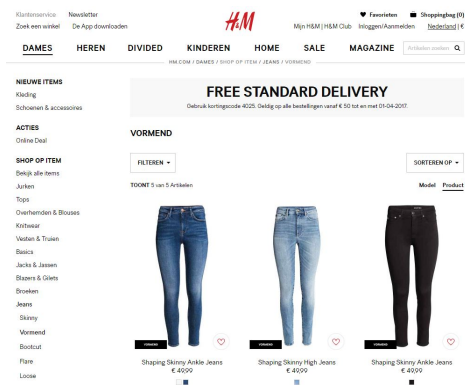
Retail wordt soms detailhandel genoemd. Maar detailhandel is enkel de verkoop van tastbare producten.

Tot de retail horen bijvoorbeeld een bakker, supermarkt, kapper, warenhuis of speciaalzaak. Al deze bedrijven verkopen producten aan consumenten. Bij goederen vormt de retail de schakel tussen de groothandel of producent en de consument.

Retail kan offline zijn, zoals de fysieke winkel in de straat. Retail kan ook online zijn, zoals een webshop of bestel-app. Steeds meer retailbedrijven verkopen zowel offline als online.



De fysieke winkel in de straat.



De onlinewinkel.

Retailconcepten

Retailers willen zich van elkaar onderscheiden. Een retailer komt aan klanten door zich op een bepaalde manier aan consumenten te presenteren. Elke retailer richt zich op een bepaalde groep consumenten. Zo richt de ene retailer zich met een sportwinkel op sportieve mensen. En een andere retailer specialiseert zich in producten voor dierenliefhebbers.

Toch kun je als retailer veel concurrenten hebben, denk bijvoorbeeld aan de aanbieders van voedsel of kleding. Dan is het zeker belangrijk om je te onderscheiden van de concurrerende retailers.

Daarom heeft elke retailer een **retailconcept**. Dat is de manier waarop een retailer klanten benadert en bedient en zich onderscheidt van zijn concurrenten. Het retailconcept blijkt bijvoorbeeld uit de presentatie van de producten, het logo, de stijl en kleuren van de winkel of webshop, het gedrag van de medewerkers en de manier van communiceren met de klant. Bij de ene winkel is het retailconcept duidelijker zichtbaar dan bij de andere. Als je door een winkelstraat loopt, herken je vast op grote afstand bepaalde bekende winkelketens, zoals Blokker, HEMA, H&M of Jumbo.

In het verleden werd een toilet bij een tankstation of in een winkelcentrum gezien als een schoonmaakdienst. Maar met de komst van nieuwe aanbieders, met een herkenbare stijl, hoort het tegenwoordig bij een retailconcept.



2theloo: naar het toilet gaan als retailconcept?

Opdracht 2 Waar of niet waar?

Kies bij elke stelling of deze waar is of niet waar.

1. Retailbedrijven verkopen goederen en diensten aan consumenten. Deze stelling is **waar** / **niet waar**.
2. De meeste retailconcepten lijken op elkaar. Deze stelling is **niet waar** / **waar**.

Opdracht 3 Retailconcept

Bekijk de foto van 2theloo nog eens. Vind je '2theloo' een retailconcept? Leg je antwoord uit.

1.2 Functies van de retail

Distributie is het verdelen en verspreiden van goederen. De consument kan artikelen die de fabriek maakt via de retail kopen. De artikelen moeten op de juiste tijd, op de juiste plaats en in de juiste hoeveelheid beschikbaar zijn.

Voor consumenten die artikelen willen kopen is de distributie door de retail belangrijk. Anders zouden ze zelf naar fabrieken of groothandels moeten gaan.

De distributiefunctie van de retail

De retail overbruggt verschillen in tijd, plaats, kennis en hoeveelheid. Producten leggen een heel lange weg af voor ze bij de consument terechtkomen. Lees het voorbeeld van een reep chocolade die je in de winkel koopt.

Jij koopt één chocoladereep. Die reep zat in een verpakking met twintig repen. De retailer heeft de repen los in het schap gelegd.

De verpakking met twintig repen zat in een doos waar twaalf verpakkingen met twintig repen in zaten.

Die doos is door de groothandel bij de retailer afgeleverd. De vrachtwagen waarin de doos zat, had dertig van deze dozen in de laadruimte. Elke doos ging naar een andere retailer.

De groothandel heeft vijfhonderd van die dozen besteld. Die zijn besteld bij de fabrikant.

Zo kun je nog wel een tijdje doorgaan, tot je bij de cacao'er komt die de cacao heeft verbouwd voor de chocoladereep.



De chocoladerepen liggen los in het schap.

Er moet heel wat gebeuren voordat je als consument een product in handen hebt. De retail helpt eraan mee verschillen te overbruggen.



Verschil in plaats

De retail zorgt ervoor dat een product dat misschien wel aan de andere kant van de wereld is gemaakt, toch verkrijgbaar is in de plaatselijke winkel. Bij een webshop wordt het product vaak zelfs bij de consument thuis afgeleverd.

Verskil in hoeveelheid

De retail zorgt ervoor dat je producten kunt kopen in consumentenhoeveelheden. Een boer kan een flinke oogst van zijn land halen, maar jij als consument koopt hier maar een klein deel van. Het andere deel wordt via verschillende winkels aan andere consumenten verkocht.

Verskil in kennis

De medewerkers die in de retail werken, kunnen veel vertellen over de producten in de winkel. De klant kan bij de retailmedewerker informatie inwinnen. Zo kan hij bijvoorbeeld vragen welke van twee producten het beste is. De retailmedewerker deelt zijn kennis met de klant.

Door de retail leer je ook nieuwe producten kennen. Bijvoorbeeld:

- fetakaas uit Griekenland of Oreo-koekjes uit Amerika. Dit zijn producten die zonder retail alleen in een ver land beschikbaar zouden zijn.
- smartphones of tablets. Veel nieuwe producten leer je kennen via de retail.

Verskil in tijd

Door de retail kun je elke dag producten kopen. Bij het overbruggen van tijd door de retail, kun je:

- elke dag verse producten vers in huis halen, die de retailer bijvoorbeeld uit het buitenland laat komen. Als je moet wachten tot de aardbeien in Nederland rijp zijn, kun je niet alle dagen aardbeien eten.
- zeven dagen per week shoppen op internet, in webwinkels die de hele dag open zijn. Je hoeft niet te wachten totdat de winkel opengaat. Je klikt aan en de webshop stuurt je het product.
- zonder wachttijd met een aankoop de winkel uitlopen, omdat de retailer zorgt voor voorraad.

Maatschappelijke functies van de retail

De retail vervult binnen de maatschappij verschillende functies. Allereerst zorgt de retail ervoor dat mensen eenvoudig kunnen consumeren. Consumenten kunnen door de retail producten kopen waar ze behoefte aan hebben. Voor de ondernemer levert zijn bedrijf winst op. De bedrijven in de retail hebben als doel geld te verdienen. Een retailbedrijf verkoopt artikelen met winst aan consumenten. Door de verkoop van goederen en diensten, haalt de retailer omzet. Als die omzet hoger is dan de kosten, maakt het bedrijf winst, kan het blijven voortbestaan en eventueel groeien.

Winkels hebben medewerkers nodig. Daardoor hebben veel mensen een baan in de retail. De retail zorgt voor werkgelegenheid en inkomen.

Recreatie is een andere maatschappelijke functie van de retail. Denk maar aan lekker shoppen met vriendinnen of een dagje naar de meubelboulevard. Ook tref je bij lokale winkels vertrouwde retailmedewerkers of buurtgenoten. De retail kan zo voor sociale contacten en ontspanning zorgen.



Shoppen als vrijetijdsbesteding.

Opdracht 4 Verschillen

Voordat je als consument een product in handen hebt, zijn er verschillen overbrugd. Wat hoort bij elkaar? Maak de juiste combinaties.

Voorbeeld

Een recept met een nieuw soort vrucht

Iedere dag verse bloemen kunnen kopen

Fetakaas uit Griekenland ligt hier in de winkel.

Soort verschil

Vershil in plaats

Vershil in tijd

Vershil in kennis

Opdracht 5 Product, kennis en tijd

a. Verschil in tijd

Leg aan de hand van een voorbeeld uit hoe de retail verschillen in tijd overbrugt.

b. Product

Je koopt in een winkel in Groningen een computer uit China. Leg bij dit voorbeeld uit hoe de retail de verschillen in plaats, tijd, hoeveelheid en kennis overbrugt.

c. Verschil in kennis

Leg aan de hand van een voorbeeld uit hoe de retail verschillen in kennis overbrugt.

Opdracht 6 De buurtsuper

Hanna heeft een buurtsuper. Ze verkoopt dagelijkse boodschappen. Werk uit hoe Hanna verschillen in plaats, hoeveelheid, kennis en tijd moet overbruggen. Geef van elk een voorbeeld.
