



Sarphati[®]

RETAIL

HOSPITALITY, VERKOOPT EN KLANTREIS

voor retailmedewerker

leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: Werken volgens het retailconcept, PvB KT1

SPL-examen: Praktijkexamen 1

COLOFON

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

Auteur: Angela van Oeffelen

Eindredactie: Caro van den Berg

Titel: Hospitality, verkoopt en klantreis

ISBN: 978 94 6397 155 3

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

Inleiding	6
Kerntaken en werkprocessen	7
Hoofdstuk 1 Retaillandschap	9
1.1 Het retaillandschap	10
1.2 Handel	13
1.3 Bedrijfsgrootte	14
1.4 De bedrijfskolom	18
1.5 Distributie	21
1.6 Branches	26
1.7 Verkoopkanalen	29
1.8 Verkoopssystemen	33
1.9 Assortiment	34
1.10 Samenvatting	38
1.11 Begrippen	41
Hoofdstuk 2 De klantreis	47
2.1 De klantreis	48
2.2 Verschillende typen klanten	57
2.3 Klantgedrag	64
2.4 Veranderend klantgedrag	67
2.5 Koopgedrag	72
2.6 Samenvatting	74
2.7 Begrippen	77
Hoofdstuk 3 Ontvangt de klant in de verkoopomgeving	79
3.1 Hospitality	80
3.2 Communicatie in de winkel	84
3.3 Verkoopgesprek: de ontmoeting	91
3.4 Observeren en rondkijken	95
3.5 Aanspreken	100
3.6 Actief luisteren	104
3.7 Ongewenst gedrag	107
3.8 Samenvatting	115
3.9 Begrippen	117
Hoofdstuk 4 Begeleidt de klantreis in de verkoopomgeving	121
4.1 Klanten begeleiden	122
4.2 Vragen stellen	125
4.3 Bestellingen en retouren ontvangen	129
4.4 Klachten ontvangen	134
4.5 Klachtgesprek	139
4.6 Samenvatting	144
4.7 Begrippen	147

Hoofdstuk 5	Informeert en adviseert de klant	149
5.1	Artikelen tonen en demonstreren	150
5.2	(Online) alternatieven bieden	160
5.3	Adviseren	169
5.4	Samenvatting	179
5.5	Begrippen	182
Hoofdstuk 6	Handelt de verkoop af	185
6.1	Verkoopklaar maken van de verkoopruimte	186
6.2	Gebruiksklaar maken van het afrekenpunt	188
6.3	Soorten kassa's	191
6.4	Kassafuncties	198
6.5	Kassa afromen	204
6.6	Kassa opmaken	206
6.7	Betalingsmogelijkheden	211
6.8	Contact met de klant	223
6.9	Geldbeheer	226
6.10	Samenvatting	233
6.11	Begrippen	236
Hoofdstuk 7	Rondt de klantreis af in de verkoopomgeving	241
7.1	Afhandelen van de (online) verkoop	242
7.2	Service verlenen	248
7.3	Vormen van service	252
7.4	Consumentenrecht	257
7.5	Samenvatting	269
7.6	Begrippen	273
Hoofdstuk 8	Werkoverleg	275
8.1	Overlegvormen	276
8.2	Rollen in het werkoverleg	278
8.3	Fasen van het werkoverleg	280
8.4	Formele gesprekken met je leidinggevende	284
8.5	Samenwerken	286
8.6	Omgaan met conflicten	290
8.7	Samenvatting	295
8.8	Begrippen	298

Hoofdstuk 9	Retailmarketing	301
9.1	Marketing	302
9.2	Doelgroep en marktsegmentatie	306
9.3	Marketingstrategie, branding en positionering	311
9.4	Retailmix	318
9.5	Plaats	321
9.6	Product	322
9.7	Prijs	327
9.8	Presentatie	333
9.9	Promotie	337
9.10	Personeel	345
9.11	Samenvatting	348
9.12	Begrippen	351
	Beeldverantwoording	356
	Index	357

INLEIDING

Hospitality speelt een belangrijke rol in de retail. Als retailmedewerker ben je gastheer of gastvrouw van de winkel. Je moet je daarom tijdens ieder contact met klanten gastvrij en klantgericht opstellen. Hoe je dat doet, leer je in *Hospitality, verkoopt en klantreis*.

In hoofdstuk 1 leer je wat retail is en hoe het retaillandschap eruitziet.

Hoofdstuk 2 gaat over de klantreis. Dit is de denkbeeldige reis die klanten afleggen. Je leert uit welke stappen de klantreis bestaat en hoe jij de klant tijdens iedere fase van de klantreis zo goed mogelijk kan helpen.

In hoofdstuk 3 leer je hoe je de klant ontvangt in de verkoopomgeving. Je leert hoe je je gastvrij en klantgericht opstelt en hoe je op een goede manier met klanten communiceert.

Hoofdstuk 4 gaat over hoe je de klantreis in de verkoopomgeving begeleidt en welke vragen je kunt stellen om de klant zo goed mogelijk te helpen. Ook leer je hoe je op een goede manier met klachten omgaat.

In hoofdstuk 5 leer je hoe je de klant informeert en adviseert zodat hij de juiste keuze kan maken.

Hoofdstuk 6 gaat over het afhandelen van de verkoop. Je leert meer over het verkooppunt klaarmaken, met de kassa werken, bij het afrekenen helpen en op een goede en veilige manier omgaan met geld.

Hoofdstuk 7 gaat over het afronden van de klantreis in de verkoopomgeving. Je leert wat service is en waarom het belangrijk is om service te verlenen.

In hoofdstuk 8 leer je meer over werkoverleg, het voeren van gesprekken en samenwerken.

Hoofdstuk 9 gaat over retailmarketing en de zes marketinginstrumenten die een retailer kan gebruiken om de verkoop van zijn producten te vergroten.

KERTAKEN EN WERKPROCESSEN

In *Hospitality, verkoopt en klantreis* komen de volgende kerntaken aan de orde:

B1-K1 Verleent hospitality en verkoopt (*hfd. 1 t/m 7*)

Werkprocessen bij kerntaak B1-K1

- **B1-K1-W1** Ontvangt de klant en begeleidt de klantreis in de verkoopomgeving (*hfd. 3 en 4*)
- **B1-K1-W2** Informeert en adviseert de klant (*hfd. 5*)
- **B1-K1-W3** Handelt de verkoop af en/of rondt de klantreis in de verkoopomgeving af (*hfd. 6 en 7*)

B1-K2 Voert ondersteunende retailprocessen uit (*hfd. 8 en 9*)

Werkproces bij kerntaak B1-K2

- **B1-K2-W1** Functioneert als professional in de retailorganisatie (*hfd. 8*)

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



HOOFDSTUK 1

RETAILLANDSCHAP

Bedrijven zijn er in allerlei soorten en maten. Bedrijven die artikelen of diensten verkopen aan de klant noem je retailbedrijven. Al deze bedrijven samen vormen het retaillandschap. Hoe een bedrijf de artikelen verkoopt, is bij elk bedrijf weer anders. Het ene bedrijf heeft fysieke winkels (stenen winkels) om artikelen te verkopen, terwijl het andere bedrijf vooral internet gebruikt voor de verkoop.

De manier waarop bedrijven de artikelen onder de klanten verspreiden, noem je ook wel distributie. Winkels en andere verkooppunten noem je verkoopkanalen.

Dit hoofdstuk gaat over soorten bedrijven, handel, de bedrijfskolom en verkoopkanalen. Hierin komen ook de verschillende branches, distributievormen en verkoopsystemen aan bod. Daarnaast wordt ook het assortiment besproken.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk de website van Blokker en bespreek de vragen.

- a. Is Blokker een online of offline winkel? Of allebei?
- b. Bij Blokker kun je ook artikelen van andere retailers kopen. Waarom zou Blokker dat volgens jou doen? Tip: zoek onderaan de website naar het kopje 'Bestellen bij verkooppartners'. Daar vind je meer informatie.
- c. Als een klant via Blokker een artikel van een andere retailer heeft gekocht, dan kan de klant het artikel niet afhalen in een Blokker winkel. Leg uit waarom dat is.

1.1 Het retaillandschap

Onder retail vallen alle fysieke en online bedrijven die goederen of diensten aan klanten verkopen. Al deze bedrijven samen vormen het **retaillandschap**. Binnen het retaillandschap heb je winkels met verschillende groottes, prijzen, branches, verkoopkanalen en verkoopsystemen.

Het veranderende retaillandschap

Het retaillandschap verandert steeds. Vroeger kon je alleen bij een fysieke winkel (stenen winkel) of op de markt terecht om iets te kopen. Met de komst van internet ontstonden er steeds meer webshops. Online shoppen is snel en makkelijk. Artikelen zijn steeds makkelijker en op meer plaatsen verkrijgbaar. Een online bestelling wordt vaak de volgende dag al (gratis) thuisbezorgd. Klanten zijn door internet ook steeds beter op de hoogte van producten en prijzen. Daardoor zijn ze kritischer geworden. Ze kunnen producten en prijzen namelijk uitgebreid vergelijken.

Minder fysieke winkels

Door de toename van het aantal webshops verdwijnen steeds meer fysieke winkels.

Het aantal winkels in Nederland daalt

Landelijk gezien is het aantal fysieke winkels gedaald. Op 1 januari 2021 telde ons land ongeveer 85.540 winkels, terwijl dat er een jaar eerder 86.435 waren. Het aantal fysieke winkels daalt al jaren: in 2021 zijn er in heel Nederland 14 procent minder winkels dan in 2010. Hoewel steeds meer winkels verdwijnen, zijn webshops juist *booming*. In de afgelopen 11 jaar is het aantal internetwinkels verviervoudigd.

Bron: indebuurt.nl

Niet alleen de kleinere winkels verdwijnen. Ook verschillende grotere winkelketens zijn de afgelopen jaren uit de winkelstraten verdwenen. Bijvoorbeeld V&D, Kijkshop, Schoenenreus, Free Record Shop, Bart Smit en Steps.

Sommige winkels zijn online verdergegaan. V&D stopte als fysieke winkel in 2015. In 2018 is het bedrijf als webshop verdergegaan. Ook Kijkshop is na het sluiten van de fysieke winkels als webshop verdergegaan. De webshop Kijkshop.nl is inmiddels gesloten vanwege financiële problemen. Dit noem je ook wel een **faillissement**.



De Free Record Shop is sinds 2014 gestopt.



V&D stopte als fysieke winkel in 2015.



Kijkshop sloot in 2018 alle fysieke winkels.

Het verschil maken

Om te kunnen blijven bestaan moeten winkeliers moeite doen om hun klanten te behouden en nieuwe klanten aan te trekken. Winkels moeten het verschil maken. Met andere woorden: de fysieke winkel moet iets extra bieden ten opzichte van de webwinkel. Een winkel kan dit bijvoorbeeld doen door extra service te bieden en door meer aandacht te besteden aan gastvrijheid (hospitality) en klantbeleving. Denk bijvoorbeeld aan Rituals, waar klanten de producten zelf kunnen ervaren (ruiken, voelen). Of de fysieke winkel onderscheidt zich juist door producten tegen lage prijzen aan te bieden zoals Action doet.

Clicks and bricks

Ook zullen fysieke winkels online actief moeten zijn met een goede website/webshop en door bijvoorbeeld regelmatig iets op sociale media te plaatsen. De combinatie van een fysieke winkel en het online bedienen van de klant wordt **clicks and bricks** genoemd. Brick is het Engelse woord voor steen.

Click and collect

Zeker tijdens de coronacrisis is duidelijk geworden hoe belangrijk het is dat fysieke winkels ook online actief zijn. Toen winkels noodgedwongen hun deuren moesten sluiten zijn winkeliers op zoek gegaan naar manieren om toch hun klanten te kunnen bedienen. Klanten konden bijvoorbeeld online producten bestellen en betalen en de producten in de winkel ophalen. Dit noem je ook wel **click and collect**.



Een ander gevolg van de coronacrisis is dat mensen fysieke winkels meer zijn gaan waarderen. Mensen hebben de gezelligheid van een dagje winkelen, het ervaren van producten en het persoonlijk contact met de winkelmedewerkers gemist.