

FASHION RETAIL VOOR NIVEAU 3 EN 4

COLOFON

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

Auteur: Linda de Boer

Redactie: Richard van der Kraan, Dorien Krassenberg, Ciska Snel, Eric Swinkels, Kim Thannhauser

Speciale dank aan: ROC Tilburg voor de input bij het onderwerp Image Styling, Margriet Pompstra Styling, W24 Meppel, Jantina Dam, No3 Gifts & Lifestyle Harlingen, Yvonne Wouda voor input bij het onderwerp Fashion merchandiser

Bronvermelding: Question Mark Group, Almere, Heerapix, Antonio Gravante, JJava Designs, Oneinchpunch, Sandratsky Dmitriy, pio3, Mi Pan, Igor Chus, Andrew Makedonski, Matthew Corley, Shutterstock.com, vanHaren, Lenzing AG, Nijland project en winkelinrichting B.V., Rituals, Bol.com, My Jewellery, STUDIO VEJA

Titel: Fashion retail voor niveau 3 en 4

ISBN: 978 90 3726 0618, maakt deel uit van pakket 978 90 3726 0625

Eerste druk/eerste oplage
© Boom beroepsonderwijs 2021

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

INHOUDSOPGAVE

1. WERKEN MET DIT KEUZEDEEL	4
2. FASHION RETAIL	6
3. TEXTIELVAKKENNIS	39
4. FASHION MERCHANDISER	75
5. PERSOONLIJK STYLINGADVIES	116
6. OMGAAN MET DE KLANT	151
7. ONTWIKKELINGEN IN FASHION	181
8. UITDAGING	204

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!

FASHION RETAIL

Fashion retail, de mooiste branche om in te werken, tenminste wanneer je het aan fashion retailers en de medewerkers vraagt. Waarom dan? vraag je je af, wel ... je mag elke dag met de nieuwste mode-items werken, je mag de klanten adviseren, zodat ze tevreden met een nieuwe outfit de deur uitgaan. Je mag creatief aan de slag in de winkel door de mode-items op stijltrends in te hangen, frontpresentatie's maken en de etalage uitnodigend inrichten. Maar het kan ook zijn dat je je met de inkoop bezig houdt of juist met de webshop en social media. Zo zie je dat bij het werken in fashion retail heel veel komt kijken.

Bekijk het filmpje. In dit filmpje komen allemaal verschillende werkzaamheden aan bod die het werken in fashion retail zo afwisselend maken. Wat spreekt jou het meeste aan?

LEERDOELEN

1. Je bezit kennis van de actuele (mode)trends en de ontwikkelingen in de mode (ook door maatschappelijke ontwikkelingen).
2. Je kunt de serviceverlening toepassen in klantcontact.
3. Je bezit kennis van het oriëntatie- en aankoopproces van de klant binnen de mode.
4. Je bezit kennis van het winkelgedrag van de klant in de modebranche.
5. Je bezit kennis van klanttypen en kunt het modeaanbod aan een type klant relateren
6. Je bezit kennis van merkenbeleid en de opbouw van een modecollectie
7. Je kunt de winkelpresentatie afstemmen op de behoeften van de doelgroep.
8. Je kunt een figuuranalyse toepassen en over pasvorm adviseren.
9. Je bezit kennis van stijlen, stijlcombinaties en imagostyling
10. Je bezit kennis van textiele stoffen en hun eigenschappen
11. Je bezit kennis van de commerciële processen op de winkelvloer, zoals cross- en upselling
12. Je kunt e-commerce technieken en de gebruikelijke IT-hulpmiddelen, programma's en (instore) digitale apparaten toepassen in de modebranche.
13. Je bezit kennis van de duurzaamheid binnen de modebranche, zoals de productiewijze van kleding, kinderarbeid en land van herkomst.

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:

- *Klantbeleving*
- *Breng de klantreis in beeld*
- *Wat ziet de klant*
- *Tijdschrift modematerialen*
- *Hoe zit het kledingstuk in elkaar*
- *Composities herkennen*
- *Kleur van het jaar*
- *Kleuranalyse uitvoeren*
- *Effecten van dessins*
- *Hospitality in fashion*
- *Interview je collega's*
- *Maatwerkadvies*
- *De modetrends van nu*
- *Consumententechnologie.*
- *Je eigen winkel.*

- *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.

De uitdaging van dit keuzedeel bestaat uit twee delen, een model een make-over geven en het proces van voor naar na in beeld brengen door een vlog, en deze vlog presenteren. Daarna organiseer je met de modellen klassikaal een modeshow. Beide delen moeten worden uitgevoerd met tweedehands kleding, schoenen en accessoires.

- *Theorietoets*

Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.

Wanneer je in fashion retail werkt, is er geen dag hetzelfde. Je houdt je bezig met wat klanten van je verwachten, maar ook met wat de maatschappij van je als retailer verwacht. Ook moet je soms snel kunnen inspelen op veranderingen. In dit hoofdstuk ga je kijken waar fashion retail momenteel staat in de ontwikkeling en wat belangrijk is om je als retailer mee bezig te houden. Je kunt hierbij denken aan de beleving die de klant graag wil ervaren je winkel, en hoe jij je kunt onderscheiden van je concurrenten. Je gaat ook kijken naar de klantreis die de klant aflegt en wat je hier als fashion retailer mee kunt doen. Omnichanneling, is niet meer uit fashion retail weg te denken en wordt steeds belangrijker. Je leert hier in dit hoofdstuk meer over, met met daaraan gekoppeld de big data die je ermee verzamelt.

AAN HET EIND VAN DIT HOOFDSTUK

1. kun je de serviceverlening toepassen in klantcontact
2. kun je e-commercetechnieken toepassen in de modebranche.



Fashion retail.

OPDRACHT 1 Oriëntatie fashion retail

Wanneer je gaat werken in fashion retail merk je dat er veel verschillende werkzaamheden zijn, zoals klanten helpen, nieuwe mode uitpakken, prijzen en inhangen. Maar je zorgt er ook voor dat de winkel er netjes en verzorgd uitziet. Werken in fashion retail is afwisselend: geen dag is hetzelfde.



Verkoper hangt broeken netjes.



- a. Noteer met je medestudenten zo veel mogelijk functies die jij kent in fashion retail, maak een woordwolk van alle functies. Je kunt hierbij het stappenplan gebruiken.
- b. Welke werkzaamheden zijn er allemaal in de modewinkel waar jezelf werkt, stage loopt of waar je zou willen werken?
- c. Welke werkzaamheden lijken je het leukst? Leg uit waarom juist die.
- d. Bespreek de antwoorden klassikaal, zijn er verschillen onderling? Zo ja hoe kan dat?



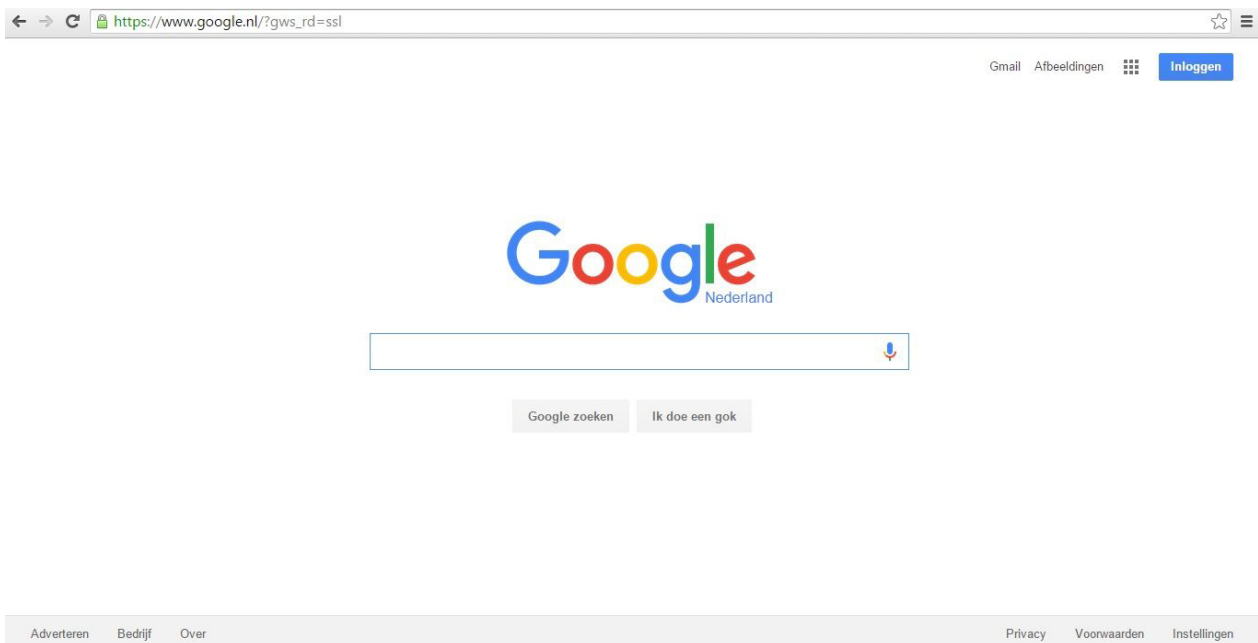
- e. Bekijk het filmpje nog eens. Welke eigenschappen worden er in het filmpje genoemd die je moet hebben om in fashion retail te werken?
- f. Bespreek klassikaal welke eigenschappen nog meer belangrijk zijn.
- g. Maak voor jezelf een top vijf van de eigenschappen die jij het belangrijkste vindt. Noteer per eigenschap of je deze al bezit en leg uit waaraan je dat kunt zien.

EIGENSCHAP	BEZIT IK WEL OF NIET	VOORBEELD WAARUIT DAT BLIJKT

- h. Bespreek de antwoorden klassikaal.
- i.  Bekijk uit het filmpje nog een keer het gedeelte van de filiaalmanager en de zelfstandig ondernemer. Noteer van beiden wat ze doen en wat hun motivatie is om in fashion retail te werken.
- j. Wat zou jij later willen zijn? Filiaalmanager of zelfstandig ondernemer? Leg duidelijk uit waarom.

THEORIEBRON SLIM ZOEKEN MET GOOGLE

Als we op zoek zijn naar informatie, surfen we meestal meteen naar Google. Om in alle informatie die Google te bieden heeft de juiste artikelen te vinden, kun je slim gebruikmaken van 'Google-operatoren'. Dit zijn speciale commando's die de mogelijkheden voor zoekopdrachten in Google flink uitbreiden, bijvoorbeeld een * of het woordje OR. Ze worden hieronder uitgelegd. Zo kun je veel gericht zoeken in de enorme hoeveelheid informatie die op internet te vinden is.



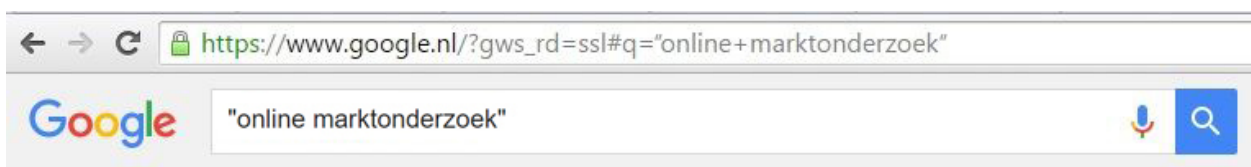
Zoektermen

Zoektermen zijn de woorden die je invult in Google en op basis waarvan je resultaten worden weergegeven. Het gebruiken van de juiste zoektermen kan lastig zijn, maar ze bepalen grotendeels of je vindt wat je nodig hebt.

Aanhalingstekens

"abcdefgh"

Als je jouw zoekvraag tussen aanhalingstekens zet (zonder spaties), vindt Google webpagina's waarop de woorden exact zo gecombineerd worden zoals jij het aangeeft.



Asterisk

"abc*efgh"

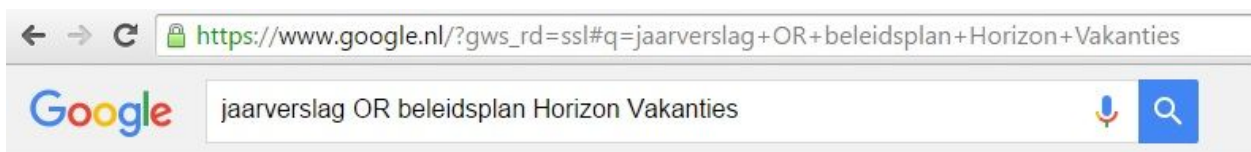
Met een sterretje (een asterisk: *) geef je aan dat je een onderdeel van wat je zoekt niet meer weet. De premier in 2015: was dat nou Mark Rutte of Bert Rutte? Zoek met "premier*Rutte". Het sterretje werkt alleen in de plaats van een heel woord in een hele zin tussen aanhalingstekens. Als je zoekt met "*marketing", vind je geen informatie over online marketing bijvoorbeeld.



OR

abc OR defg

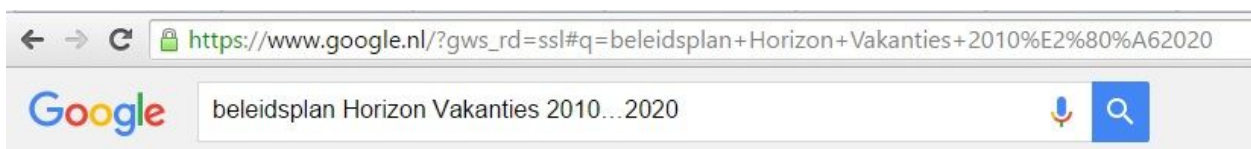
Om pagina's te vinden die de zoekterm A of de zoekterm B bevatten, gebruik je de operator 'OR' (in hoofdletters) tussen de zoektermen (met een spatie). Als je bijvoorbeeld wilt zoeken naar een dansopleiding in Amsterdam of Utrecht, voer je het volgende in: 'dansopleiding Amsterdam OR Utrecht'.



Puntjes

abc...efgh

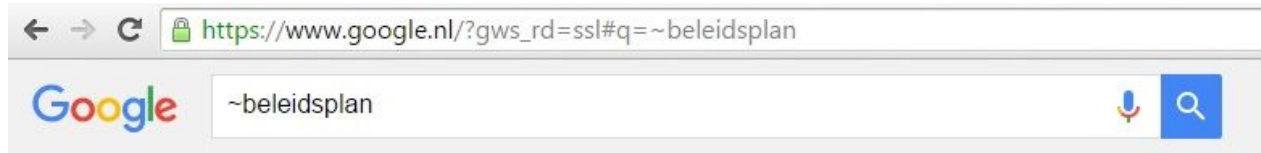
Met drie punten (...) in je zoekopdracht kun je bereik geven aan numerieke waarden (alles met cijfers, denk aan jaartallen, hoeveelheden, gewichten en gemiddelden). Misschien wil je weten hoeveel olympische medailles Nederland heeft gewonnen tussen 2000 en 2015. Je kunt dan als volgt zoeken in Google: 'hoeveel olympische medailles voor Nederland 2000...2015'. Let op: de cijfers mogen geen spaties of puntjes bevatten: 20.000 wordt 20000.



Het tilde-teken ~

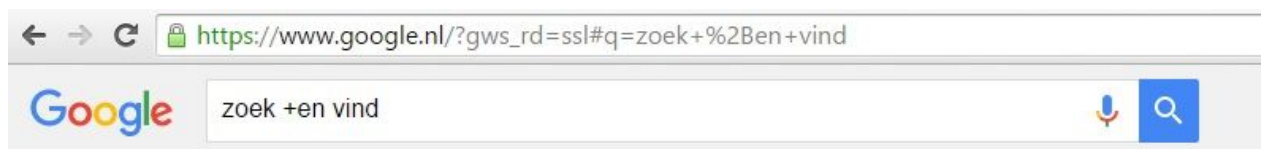
~abcdefghijkl

Deze Google-operator zorgt ervoor dat Google ook op synoniemen van het zoekwoord zoekt. Wanneer jij bijvoorbeeld iets wilt weten over computers en je zoekt met '~computer', zoekt Google ook op woorden met een vergelijkbare betekenis, zoals laptop, pc en hardware.

**Plus**

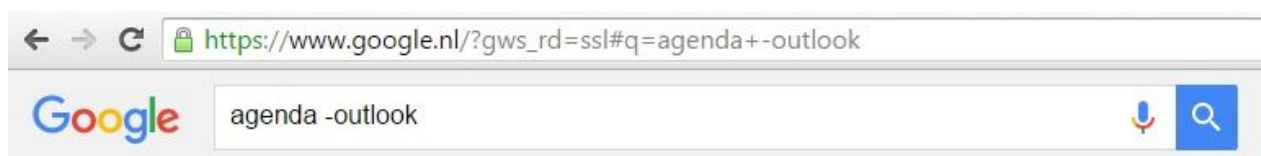
+abcdefghijkl

Wanneer jij een zin in de zoekbalk van Google typt, bijvoorbeeld 'informatie waar de zon en sterren vandaag komen', negeert Google automatisch de woorden 'de', 'waar' en 'en'. Veel van deze algemene woorden worden door Google niet meegenomen om het zoekproces niet te vertragen. Maar soms is zo'n algemeen woord onmisbaar in jouw zoekopdracht. Je kunt het dan tussen aanhalingstekens zetten, maar je kunt ook een plusteken (+) voor het algemene woord zetten.

**Min**

-abcdefghijkl

Door gebruik te maken van het minteken (-) kun je bepaalde woorden in je zoekbewerking uitsluiten. Je bent bijvoorbeeld op zoek naar informatie over peper, maar wilt in je resultaten niet ook alle recepten met peper krijgen. Zoek dan op peper -recept. Alle zoekresultaten met daarin de woorden 'peper' en 'recept' worden nu genegeerd.

**Site:**

site:abcdefghijkl

Je kunt met Google alle pagina's van één specifieke website doorzoeken door de gewenste zoekterm(en) in te voeren, gevolgd door 'site:' en de betreffende domeinnaam. Je wilt bijvoorbeeld weten wat de bezorgkosten zijn bij Zalando. Je zoekterm wordt dan: 'bezorgkosten site:www.zalando.nl'. Ook bij websites die wel een eigen zoekfunctie hebben, is het nuttig om deze Google-operator te gebruiken. Google vindt vaak meer treffers dan de zoekfunctie op die sites zelf!