



Sarphati[®]

RETAIL

KLANTREIS, ASSORTIMENT EN VISUAL MERCHANDISING DEEL A

voor retailspecialist en retailmanager

deel A | leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: Klantreis, Assortiment en Visual Merchandising N3/4 en Werken volgens het retailconcept N3/4

SPL-examen: Retailmarketing N3/4 (KE1)(1) en Praktijkexamen 1

COLOFON

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

Auteur: Angela van Oeffelen

Eindredactie: Saskia Klomps

Titel: Klantreis, assortiment en visual merchandising deel A

ISBN: 97 894 639 7161 4

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	5
Kerntaken en werkprocessen	6
Hoofdstuk 1 Hospitality	7
1.1 De klant als gast	8
1.2 Winkelconcepten	14
1.3 Verschillen tussen retailers	18
1.4 Winkelbeleving	21
1.5 Productpresentaties en winkelbeleving	24
1.6 Online hospitality	28
1.7 Samenvatting	32
1.8 Begrippen	35
Hoofdstuk 2 De klantreis	37
2.1 Verloop van de klantreis	38
2.2 De klantreis – bewustwording	43
2.3 De klantreis – onderzoek	45
2.4 De klantreis – aankoop	50
2.5 De klantreis – gebruik	53
2.6 De klantreis – trouw	55
2.7 Klanttypen	60
2.8 Klantgedrag	63
2.9 Invloeden op klantgedrag	68
2.10 Besluitvormingsproces	72
2.11 Samenvatting	76
2.12 Begrippen	80
Hoofdstuk 3 Klantreis in de verkoopomgeving	83
3.1 Het verkoopgesprek	84
3.2 Ontmoeting	87
3.3 Advies en gesprek – vragen stellen	93
3.4 Advies en gesprek – informeren en adviseren	96
3.5 Advies en gesprek – tonen en demonstreren	99
3.6 Advies en gesprek – proberen, proeven, ruiken, voelen, zien en horen	101
3.7 Advies en gesprek – passen	106
3.8 Advies en gesprek – plaatsvervangende verkoop en bijverkoop	108
3.9 Afsluiting	111
3.10 Belevingscommunicatie	115
3.11 Samenvatting	118
3.12 Begrippen	121

Hoofdstuk 4	Assortiment van de retailer	123
4.1	Assortimentsopbouw	124
4.2	Samenstelling van het assortiment	128
4.3	Samenhang in het assortiment	133
4.4	Merken in het assortiment	138
4.5	Assortimentskennis	145
4.6	Duurzaamheid en milieu	152
4.7	Samenvatting	157
4.8	Begrippen	160
Hoofdstuk 5	Afronden van de klantreis	163
5.1	Verkoop afhandelen	164
5.2	Kassa gebruiken	167
5.3	Kassafuncties	170
5.4	Betalen	175
5.5	Retouren aannemen	187
5.6	Soorten klachten	189
5.7	Klachtenafhandeling	194
5.8	Service verlenen	198
5.9	Vormen van service	203
5.10	Wetten in de retail	206
5.11	Consumentenrecht	214
5.12	Samenvatting	225
5.13	Begrippen	228
	Beeldverantwoording	233
	Index	234

INLEIDING

In *Klantreis, assortiment en visual merchandising deel A en B* leer je hoe jij als retailspecialist of retailmanager ervoor kunt zorgen dat de klantreis van iedere klant in jouw winkel of webshop zo soepel mogelijk verloopt.

Als je in een winkel werkt, moet je assortimentskennis hebben zodat je klanten goed kunt informeren en adviseren. Ook is assortimentskennis belangrijk om aanpassingen aan het assortiment te kunnen doen.

Bij visual merchandising gaat het erom artikelen op de meest aantrekkelijke en verleidelijke manier te presenteren, zodat het klanten in jouw winkel uitnodigt om de producten te kopen.

Deel A

- Hoofdstuk 1 gaat over hospitality en hoe je ervoor zorgt dat je klanten een positieve winkelbeleving geeft.
- In hoofdstuk 2 leer je uit welke fasen de klantreis bestaat. Ook maak je kennis met verschillende klanttypen en klantgedrag.
- Hoofdstuk 3 gaat over het begeleiden van de klantreis in de verkoopomgeving. Je leert uit welke fasen een verkoopgesprek bestaat en hoe je een goed verkoopgesprek voert. Ook leer je hoe je klanten het beste kunt adviseren zodat zij de juiste keuze kunnen maken.
- In hoofdstuk 4 leer je meer over de samenstelling en opbouw van het assortiment.
- Hoofdstuk 5 gaat over het afronden van de klantreis. Je leert hoe je de verkoop afhandelt en hoe je de kassa gebruikt. Ook het afhandelen van klachten en het verlenen van service worden in dit hoofdstuk behandeld. Tot slot maak je kennis met belangrijke wetten en regels in de retail.

Deel B

- In hoofdstuk 1 leer je over verschillende soorten kassa's en kassafuncties. Ook gaat het in dit hoofdstuk over op een verantwoorde manier omgaan met geld.
- Hoofdstuk 2 gaat over onveilige situaties en vormen van criminaliteit waarmee je te maken kunt krijgen en hoe je daar op een goede manier mee om kunt gaan.
- In hoofdstuk 3 leer je hoe het winkelinterieur kan bijdragen aan een positieve winkelbeleving.
- Hoofdstuk 4 gaat over de buitenkant van de winkel: het winkelexterieur.
- Hoofdstuk 5 gaat over visual merchandising en het verzorgen van tijdelijke en vaste winkelpresentaties.
- In hoofdstuk 6 leer je meer over de belangrijkste eisen en aandachtspunten bij een webshop.

KERTAKEN EN WERKPROCESSEN

In *Klantreis, assortiment en visual merchandising deel A en B* komen de volgende kerntaken aan de orde:

Niveau 3

B1-K1: Verleent hospitality, adviseert en verkoopt in de verkoopomgeving

- B1-K1-W1: Ontvangt de klant en begeleidt de klantreis in de verkoopomgeving (*deel A: hfd. 1 t/m 5*)
- B1-K1-W2: Voert gespecialiseerde adviesgesprekken met klanten (*deel A: hfd. 3 t/m 5*)
- B1-K1-W3: Handelt de verkoop af en/of rondt de klantreis in de verkoopomgeving af (*deel A: hfd. 1 t/m 5, deel B: hfd. 1 t/m 6*)
- B1-K1-W4: Verdiept zich in producten en diensten van de retailonderneming (*deel A: hfd. 4*).

B1-K2: Voert retailondersteunende en professionaliserende taken uit

- B1-K2-W3: Verzorgt de artikelpresentatie en/of visual merchandising (*deel A: hfd. 1, deel B: hfd. 1 t/m 6*)
- B1-K2-W5: Doet operationele verbetervoorstellen (*deel A, deel B*).

Niveau 4

B1-K1: Werkt mee aan hospitality, advies en verkoop

- B1-K1-W1: Ontvangt klanten en verleent service (*deel A: hfd. 1 t/m 5*)
- B1-K1-W2: Voert (advies)gesprekken (*deel A: hfd. 3 t/m 5*)
- B1-K1-W3: Handelt de verkoop af (*deel A: hfd. 1 t/m 5, deel B: hfd. 1 t/m 6*)
- B1-K1-W4: Ondersteunt het retailteam tijdens de werkzaamheden (*deel A, deel B*).

B1-K2: Begeleidt retailondersteunende processen

- B1-K2-W2: Begeleidt de artikelpresentatie en/of visual merchandising (*deel A: hfd. 1, deel B: hfd. 1 t/m 6*)
- B1-K2-W4: Initieert en/of begeleidt verbeterprocessen binnen de eigen afdeling of vestiging (*deel A: hfd. 4*).

Daarnaast wordt een aantal werkprocesoverstijgende onderwerpen behandeld.



HOOFDSTUK 1

HOSPITALITY

Het retaillandschap verandert steeds. Vroeger kon je alleen bij een fysieke winkel of op de markt terecht om iets te kopen. Tegenwoordig kopen mensen ook via webshops. Dit betekent meer concurrentie voor fysieke winkels. Onlineshoppen is snel en gemakkelijk. We zijn altijd en overal online. Artikelen zijn op steeds meer plaatsen verkrijgbaar. Door meer aandacht te besteden aan hospitality kan een winkel zich van (online)concurrenten onderscheiden.

Hospitality is niet nieuw, maar is voor winkels wel steeds belangrijker geworden. Hospitality betekent gastvrijheid. In de winkel ben jij gastheer of gastvrouw voor de klanten en stel je je gastvrij op. Door klanten als gast te behandelen, voelen ze zich welkom en hebben zij een positieve winkelbeleving. De kans is groot dat ze terugkomen en dat ze positief over de winkel praten.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje en beantwoord de vragen.

- Van welk onderwerp uit dit filmpje zou je meer willen weten? Leg ook uit waarom.
- Bespreek in een groepje van drie of vier studenten jullie ervaringen. Gebruik de volgende punten:
 - Wat versta je onder een unieke winkelbeleving?
 - Welke negatieve winkelbeleving heb je weleens gehad?
 - In welke winkel was dat?
 - Waarom was het een negatieve winkelbeleving?
- Stel dat jullie zelf een winkel hebben en je de klant die unieke winkelbeleving wilt meegeven. Noem drie punten die volgens jullie het belangrijkste zijn voor een positieve winkelbeleving.
- Bespreek samen wat jullie moeten doen om deze drie punten voor elkaar te krijgen.

1.1 De klant als gast

Hospitality is het Engelse woord voor gastvrijheid. Hospitality is alles wat het winkelpersoneel doet om te zorgen dat de klant zich welkom voelt. Door de klant als gast te behandelen geef je hem een positieve winkelbeleving.



Zorg dat de klant zich welkom voelt.

Gast in plaats van klant

Een gast is iemand die bij jou op bezoek komt en die je het naar de zin wilt maken. Een gast benader je op een andere manier dan een klant. We maken daarom onderscheid tussen een klantgerichte benadering en een gastvrije benadering.

Klantgerichte benadering

Bij een **klantgerichte benadering** ligt de nadruk vooral op het verkopen van de producten of diensten. Je onderzoekt wat de klant wil kopen en probeert hem dit ook te verkopen.

Gastvrije benadering

Bij een **gastvrije benadering** creëer je een prettige sfeer in de winkel. Je stelt de gast op zijn gemak. Je geeft hem aandacht en toont interesse. Je maakt een praatje en stelt vragen om achter zijn behoefte te komen. Het is belangrijk dat je echt naar de klant luistert.

Een gastvrije benadering levert meer op dan alleen een klantgerichte benadering. Het zorgt ervoor dat klanten terugkomen. Dit noem je winkeltrouw. Ook zullen de klanten positief over de winkel praten. Dit noem je mond-tot-mondreclame.

Sociale vaardigheden en communicatieve vaardigheden

Je kunt klanten op verschillende manieren gastvrij benaderen. Bijvoorbeeld door ze vriendelijk welkom te heten in de winkel, mee te lopen tot de deur na de aankoop en ze een kopje koffie aan te bieden. Hiervoor gebruik je sociale vaardigheden en communicatieve vaardigheden. Deze vaardigheden kun je als retailspecialist leren.

Tip: Leef je in

Je inleven in de klant helpt je om te bedenken wat een klant als gastvrijheid zal ervaren. Stel jezelf bijvoorbeeld de vragen: Hoe zou ik zelf in deze winkel geholpen willen worden? Wat vind ik belangrijk als ik een winkel binnenloop? Wat verwacht ik van de retailspecialist?

Sociale vaardigheden

Sociale vaardigheden zijn de vaardigheden die je nodig hebt om goed met andere mensen om te gaan. Bijvoorbeeld:

- beleefd zijn
- een gesprek voeren
- feedback geven en ontvangen
- geduld hebben
- oprecht zijn.



Beleefd zijn

Klanten worden graag op een beleefde manier te woord gestaan in een winkel. Ze willen graag rustig rondkijken maar ook het gevoel hebben terecht te kunnen bij jou als retailspecialist. Bij beleefd zijn hoort een vriendelijke uitstraling, een nette begroeting en een gepaste houding.

Een gesprek voeren

Wanneer de klant informatie over een product wil, loop je met hem mee. Je voert een gesprek over het product maar ook over alledaagse zaken, zoals het weer of het nieuws. Dit noem je ook wel smalltalk. Smalltalk zorgt ervoor dat klanten zich meer op hun gemak voelen en jou als retailspecialist meer gaan vertrouwen.

Zorg ervoor dat het gesprek niet te uitgebreid wordt. Let op signalen van de klant wanneer je moet afronden. Bijvoorbeeld als de klant niet echt meer luistert of op zijn horloge kijkt.



Feedback geven en ontvangen

Feedback geven betekent je mening geven over iets. Klanten in een kledingwinkel vinden de mening van de retailspecialist vaak heel belangrijk. Bijvoorbeeld wanneer ze kleding passen. Dan is het belangrijk om als retailspecialist feedback te geven over hoe bijvoorbeeld een broek of jurk past bij de klant.

De klant kan ook feedback geven aan jou als retailspecialist of aan de winkel in het algemeen. Bijvoorbeeld: 'Je hebt mij echt goed geholpen, fijn!' Of: 'Ik vind het toch zo prettig dat er een parapluhouder bij de ingang staat, klasse!' Daarop reageer je enthousiast en je bedankt de klant voor het compliment.

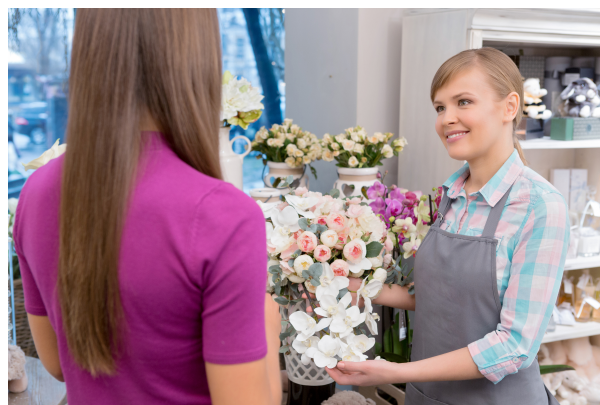
Geduld hebben

Het is belangrijk om als retailspecialist geduld te hebben met de klant. Sommige klanten zijn erg besluiteloos en nemen veel tijd voor het doen van een aankoop. Het komt ook voor dat klanten veel tijd nemen om producten te bekijken of te passen en toch niets kopen. Ook dan blijf je als retailspecialist beleefd en geduldig. Dat kan soms moeilijk zijn, zeker als het druk is in de winkel. Maar het is belangrijk voor de beleving van de klant.

Oprecht zijn

Oprecht zijn betekent dat je meent wat je zegt en uitstraalt. Je bent eerlijk en echt. Een retailspecialist die een klant met een brede glimlach ontvangt, maar daarna chagrijnig doorgaat met het tellen van de voorraad, komt niet oprecht over. De klant zal zich dan niet welkom voelen.

Oprechtheid is niet aan te leren, zoals vaardigheden. Wel kun jij als retailspecialist leren enthousiasme uit te stralen en je hiervan bewust te zijn.



Klanten waarderen oprechte interesse en aandacht.

Communicatieve vaardigheden

Hoe je met mensen en klanten communiceert, noem je **communicatieve vaardigheden**. Dit is niet alleen praten, maar ook bijvoorbeeld luisteren naar wat de ander zegt en doorvragen naar de interesses van de ander. De ander uit laten praten is een communicatieve vaardigheid die mensen soms moeilijk vinden. Dit komt doordat sommige mensen zelf heel graag aan het woord zijn. Tot slot hoort het gebruiken van lichaamstaal, of non-verbale communicatie, ook bij communicatieve vaardigheden. Je laat met je houding zien dat je geïnteresseerd bent in wat de ander wil vertellen.