



Sarphati[®]

RETAIL

RETAILLANDSCHAP EN ONDERZOEK

voor retailmanager

leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: Retailmarketing en retaillandschap (1) en Werken volgens het retailconcept (2)

SPL-examen: Retailmarketing 3,4 (KE1)(1), Retailmanagement (KE2) en Praktijkexamen B1-K2

COLOFON

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

Auteur: Joyce Dost

Eindredactie: Saskia Sjollema

Titel: Retaillandschap en onderzoek

ISBN: 978 94 639 7181 2

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 Het retaillandschap	7
1.1 Retaillandschap	8
1.2 Verkoopkanalen	12
1.3 Verkoopsystemen	18
1.4 Klein- en grootwinkelbedrijf	22
1.5 Branches	25
1.6 Innovaties in de retail	28
1.7 Duurzaam ondernemen in de retail	36
1.8 Samenvatting	43
1.9 Begrippen	47
Hoofdstuk 2 Samenwerken	49
2.1 De bedrijfskolom	50
2.2 Bewegingen in de bedrijfskolom	54
2.3 Distributiekkanalen	61
2.4 Samenwerkingen in de bedrijfskolom	68
2.5 Commerciële samenwerking in de retail	72
2.6 Lokale samenwerking	83
2.7 Samenwerken met je netwerk	85
2.8 Samenvatting	89
2.9 Begrippen	94
Hoofdstuk 3 Winkelconcept en winkelformule	97
3.1 Winkelconcept en winkelformule	98
3.2 Doelgroep	102
3.3 Marktpositie	105
3.4 Retailmix: de brug naar de marketing	109
3.5 Retailmix	114
3.6 Levenscyclus van een winkelconcept	118
3.7 Concurrentiestrategieën van Porter	124
3.8 Samenvatting	127
3.9 Begrippen	135
Hoofdstuk 4 Marktsegmentatie	139
4.1 Doelgroepen en marktsegmentatie	140
4.2 Indeling voor marktsegmentatie	142
4.3 Marktbenadering	148
4.4 Product-marktmatrix	151
4.5 Samenvatting	154
4.6 Begrippen	158

Hoofdstuk 5	De SWOT-analyse	161
5.1	SWOT- en situatieanalyse	162
5.2	Interne analyse	165
5.3	Externe analyse	170
5.4	DESTEP-methode	179
5.5	SWOT-analyse	186
5.6	Confrontatiematrix	188
5.7	Samenvatting	191
5.8	Begrippen	194
Hoofdstuk 6	De (lokale) markt onderzoeken	197
6.1	De lokale markt onderzoeken	198
6.2	Fasen van marktonderzoek	200
6.3	Methoden van marktonderzoek	204
6.4	Deskresearch: verzamelen van secundaire data	211
6.5	Fieldresearch: verzamelen van primaire data	217
6.6	De onderzoeksgroep	223
6.7	Soorten vragen	228
6.8	Verwerken van je onderzoek	234
6.9	Samenvatting	238
6.10	Begrippen	240
	Beeldverantwoording	242
	Index	243

INLEIDING

Het assortiment en de inrichting van een winkel moeten goed aansluiten bij de klanten die in de winkel komen. Dit is een van de taken van de retailmanager. Om die aansluiting goed te maken is het belangrijk om inzicht te hebben in de wensen van de doelgroep. Daarvoor is kennis van het retaillandschap en de lokale markt nodig.

Het eerste en tweede hoofdstuk van *Retaillandschap en onderzoek* vormen een basis. Deze hoofdstukken geven je inzicht in de retail in Nederland. Hoofdstuk 1 gaat over het retaillandschap en bewegingen in het retaillandschap. Hoofdstuk 2 gaat over verschillende vormen van samenwerking in de retail.

Voor een retailmanager is het fijn om al een basis te hebben vanwaaruit je de klanten benadert. Het winkelconcept dat praktisch uitgevoerd wordt in de winkelformule vormt die basis. Deze onderwerpen staan centraal in hoofdstuk 3. De doelgroep en marktsegmentatie zijn een onderdeel van de winkelformule. Hoofdstuk 4 gaat over de manieren waarop je de markt kunt indelen.

Vervolgens kun je starten met een analyse van de winkel en je bedrijf. Hoofdstuk 5 gaat over de SWOT-analyse en hoofdstuk 6 laat ten slotte zien hoe je de markt praktisch kunt onderzoeken.

KERTAKEN EN WERKPROCESSEN

In *Retaillandschap en onderzoek* komen de volgende kerntaken en werkprocessen aan de orde:

Kerntaken retailmanager

- **B1-K2** Begeleidt retailondersteunende processen
- **B1-K4** Geeft tactisch leiding aan de eigen afdeling of vestiging

Werkprocessen bij kerntaak B1-K2

- **B1-K2-W3** Informeert retailteam over trends, bedrijfsvoering en visie (*hfd. 1 t/m 5*)
- **B1-K2-W4** Initieert en/of begeleidt verbeterprocessen binnen de eigen afdeling of vestiging (*hfd. 5 en 6*)
- **B1-K2-W5** Profileert de organisatie in de lokale markt (*hfd. t/m 4*)

Werkprocessen bij kerntaak B1-K4

- **B1-K4-W1** Stelt doelstellingen op voor de eigen afdeling of vestiging (*hfd. 5*)
- **B1-K4-W2** Interpreteert beschikbare operationele gegevens voor strategische verbeteringen (*hfd. 5 en 6*)
- **B1-K4-W3** Onderzoekt nieuwe kansen (*hfd. 5 en 6*)



HOOFDSTUK 1

HET RETAILLANDSCHAP

De bakker, supermarkt, kapper en het warenhuis verkopen allemaal producten aan consumenten. De sector waar deze bedrijven bij horen wordt de retail genoemd. Als retailmanager is het belangrijk om inzicht te hebben in de verschillende soorten retailbedrijven en de ontwikkelingen die er zijn in de retail.

In dit hoofdstuk krijg je inzicht in het retaillandschap en de trends en ontwikkelingen die in dit retaillandschap plaatsvinden. Vervolgens maak je kennis met verschillende verkoopkanalen en verkoopsystemen. Je maakt kennis met verschillende soorten winkels, de grootte van winkels en de branche in de retail. Het hoofdstuk eindigt met een paragraaf over duurzaam ondernemen in de retail.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje.

- Wat is er bijzonder aan deze winkel?
- Waarom zal deze technologie Nederlanders aanspreken?
- Wat is de doelgroep van deze winkel?
- Past deze winkel in het huidige tijdsbeeld? Leg je antwoord uit.
- Zou jij bij een winkel als deze willen werken? Leg je antwoord uit.

1.1 Retaillandschap

Even een broodje en een flesje fris halen bij de supermarkt. Een band laten plakken bij de fietsenmaker en daarna op internet een leuke spijkerbroek uitzoeken. Allemaal voorbeelden van bedrijven die hun goederen of diensten leveren aan de consument.

Retailbedrijven

Bedrijven die hun producten verkopen aan consumenten worden **retailbedrijven** of kortweg **retail** genoemd. Retailbedrijven kunnen goederen of diensten aan consumenten verkopen. Als je iets maakt, service verleent of advies geeft, verleen je als retail een dienst. Een dienst is een niet-tastbaar product. Goederen zijn tastbare producten, bijvoorbeeld het brood en beleg dat je in de supermarkt koopt. In Nederland zie je steeds meer retailbedrijven die zowel goederen als diensten binnen hetzelfde concept aanbieden, bijvoorbeeld de supermarkt die niet alleen een broodje en beleg verkoopt, maar ook de broodjes voor je belegt.

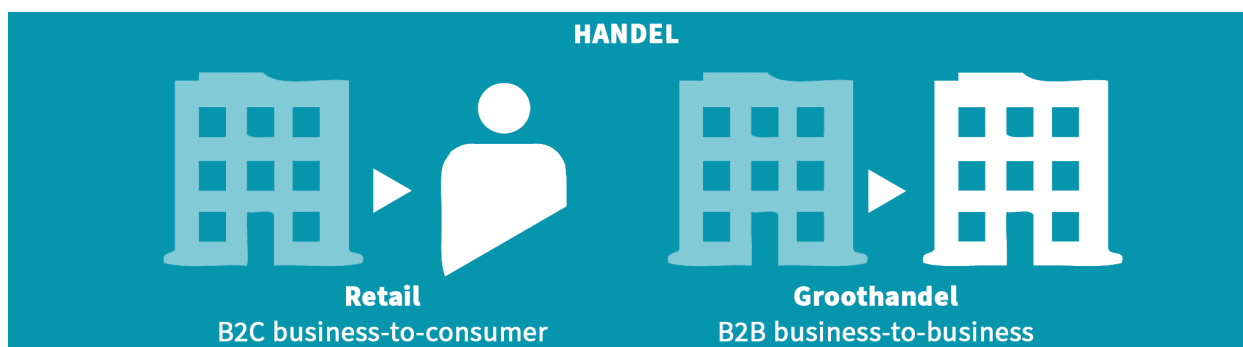
In de retail wordt meestal gesproken over het **assortiment**, dat is het geheel aan producten die de retailbedrijven verkopen. De afzonderlijke producten worden meestal **artikelen** genoemd.

Retail is handel

Retailbedrijven handelen, daarom is retail een onderdeel van de handel. Bij handel worden artikelen en/of diensten uitgewisseld tussen twee partijen. Of zoals het in de marketing wordt gezegd: 'Er worden producten verkocht.'

De handel kun je indelen in twee groepen:

- retail of detailhandel
- groothandel.



In de retail of detailhandel worden producten verkocht aan consumenten. Deze handel noem je **business-to-consumer (B2C)**, denk maar aan H&M en de bakker op de hoek of webwinkels zoals Bol.com en Wehkamp die allemaal aan consumenten verkopen.

Bedrijven die producten verkopen aan andere bedrijven noem je **business-to-business (B2B)**. Voorbeelden van B2B zijn groothandelsbedrijven zoals de Sligro, Makro en Office Centre.

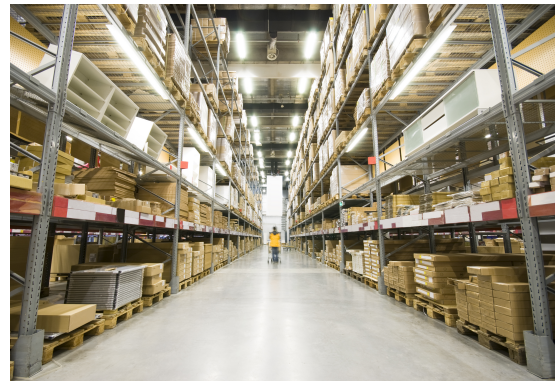
Retail of detailhandel

In Nederland kom je de begrippen retail en **detailhandel** tegen. Retail komt van oorsprong uit het Engels. Het gaat hierbij om verkoop van goederen en diensten aan consumenten. Een kapper, eetcafé, supermarkt en meubelzaak horen dus allemaal bij de retail. Bedrijven in de detailhandel verkopen alleen maar artikelen aan consumenten. De supermarkt en meubelzaak horen bij de detailhandel, de kapper en het eetcafé niet.

Soms wordt er gesproken over de **detailhandelsmarkt**, hieronder vallen alle bedrijven uit de detailhandel. In de praktijk worden de termen detailhandel en retail vaak door elkaar gebruikt.



Schappen in de supermarkt.



Schappen in de groothandel.

Groothandel

Een voorbeeld van business-to-business (B2B) is de groothandel of, met een ander woord, grossier. De functie van de groothandel is het verspreiden van artikelen onder retailbedrijven. De groothandel zorgt er dus voor dat artikelen in de winkel terechtkomen.

Groothandelsbedrijven mogen niet rechtstreeks aan consumenten verkopen. Toch gebeurt dit in de praktijk wel. Vaak is dan een voorwaarde dat de persoon die bij de groothandel koopt via een bedrijf of organisatie staat ingeschreven bij de Kamer van Koophandel.



Functies van retail

Bedrijven in de retail verkopen artikelen en diensten aan consumenten. De retailer zorgt ervoor dat de producten makkelijk beschikbaar zijn voor de consument. De schappen in de winkels liggen vol, de prijzen en openingstijden van de kapper zijn bekend. De retailer doet dit omdat hij met de verkoop van producten geld wil verdienen. Alle activiteiten die de retailer uitvoert, vind je terug in de **drie functies van de handel**:

- **algemene functie**
Het leveren van producten aan de consument.
- **commerciële functie**
Het kopen en weer verkopen van producten met winstoogmerk.
- **distributieve functie**
Ervoor zorgen dat de producten vanaf de fabrikant of groothandel bij de consument komen.

Herkenbaarheid van de retail

Niet iedere retailer verkoopt hetzelfde. Consumenten willen daarom makkelijk kunnen herkennen bij welke winkel ze voor de artikelen of diensten die ze zoeken terecht kunnen. De retailer zelf wil ook graag herkenbaar zijn voor de consument en zich onderscheiden van de concurrentie.

Daarom zie je dat retailers ervoor kiezen om zich te specialiseren in bepaalde artikelgroepen en vaak ook op een specifieke doelgroep. Daar waar ze in gespecialiseerd zijn maken ze duidelijk aan de klanten met behulp van het **winkelconcept**. Het winkelconcept, ook wel **retailconcept** genoemd, laat zien op welke manier de retailer de klant benadert en bedient. Je ziet dit terug in de winkelpresentatie, de communicatie, de klantreis, de distributiestrategie en het assortimentsbeleid. Bij de ene winkel is het winkelconcept duidelijker zichtbaar dan bij de andere. Als je door een winkelstraat loopt, herken je op grote afstand de winkelketens zoals Hema, Jumbo, H&M en Pearl. Je herkent ze aan de huisstijl (zoals de kleuren en het logo) en je herkent ze door de reclame die ze maken.

Opdracht 2 Retail of detailhandel?

- a. Wat is het verschil tussen retail en detailhandel?

Vul de ontbrekende gegevens in.

Detailhandel verkoopt alleen _____

Retail verkoopt _____

- b. Welke van de volgende bedrijven behoren tot de detailhandelsmarkt?

Kies alle juiste antwoorden.

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ☐ autoretailer | ☐ reisbureau |
| ☐ dierenspeciaalzaak | ☐ café |
| ☐ meubelzaak | ☐ lunchroom |
| ☐ boekhandel | ☐ supermarkt |
| ☐ kapper | |

- c. Kies het juiste antwoord.

In de detailhandel en in de retail gaat het om: **B2B / B2C**.