



Sarphati[®]

RETAIL

RETAILLOGISTIEK EN VISUAL MERCHANDISING

voor retailmedewerker (2)

leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: Retaillogistiek en visual merchandising (1), Werken volgens het retailconcept (2)

SPL-examen: Praktijkexamen 2 (5)

COLOFON

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

Auteur: Jip Kruis

Eindredactie: Jorinde Post

Titel: Retaillogistiek en visual merchandising

ISBN: 978 94 6397 153 9

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
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	17
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 Samenvatting	63
2.6 Begrippen	67
Hoofdstuk 3 Goederenontvangst	69
3.1 Voorbereiden van de ontvangst	70
3.2 Ontvangst van goederen	77
3.3 Goederencontrole	84
3.4 Veilig werken	90
3.5 Retourgoederen	93
3.6 Informatiesysteem	102
3.7 Samenvatting	108
3.8 Begrippen	111
Hoofdstuk 4 Goederenopslag	113
4.1 Opslaan van goederen	114
4.2 Plaatsing in het magazijn	120
4.3 Opslag	125
4.4 Transportmiddelen	132
4.5 Veilig werken	136
4.6 Samenvatting	140
4.7 Begrippen	144

Hoofdstuk 5	Verkoopklaar maken van goederen	147
5.1	Goederen uitpakken en controleren	148
5.2	Verpakkingsafval verwerken	153
5.3	Beprijzen, labelen en beveiligen	156
5.4	Artikelen plaatsen en aanvullen in de winkel	160
5.5	Samenvatting	165
5.6	Begrippen	167
Hoofdstuk 6	Artikelen presenteren in de winkel	169
6.1	Winkelinterieur	170
6.2	Inrichting van het winkelinterieur	176
6.3	Family-grouping	182
6.4	Het presentatieplan	192
6.5	Het displayplan	199
6.6	Samenvatting	204
6.7	Begrippen	209
Hoofdstuk 7	Presentaties buiten de winkel	213
7.1	Winkelexterieur	214
7.2	Het frontpresentatieplan	220
7.3	Samenvatting	226
7.4	Begrippen	229
Hoofdstuk 8	De winkel verzorgen	231
8.1	Schoonmaakplan en onderhoud	232
8.2	Schoonmaken	237
8.3	HACCP en hygiëne	244
8.4	Gezond en veilig werken	248
8.5	Samenvatting	254
8.6	Begrippen	257
Hoofdstuk 9	Winkelconcept	259
9.1	Wat, wie en hoe?	260
9.2	Presentatie	266
9.3	Nieuwe winkelconcepten?	276
9.4	Samenvatting	286
9.5	Begrippen	290
	Beeldverantwoording	291
	Index	292

INLEIDING

Als je in een winkel werkt, heb je de hele dag te maken met producten en klanten. Heb je geen producten in de winkel, dan heb je ook niets om te verkopen.

Een winkeleigenaar moet altijd voldoende artikelen op voorraad hebben.

De voorraad moet op een goede manier worden opgeslagen. Anders kunnen de artikelen bijvoorbeeld beschadigd raken. En voor elke ondernemer is een goede presentatie van de producten belangrijk om voor voldoende omzet te zorgen.

In *Retaillogistiek en visual merchandising* leer je alles over goederen en het presenteren van deze goederen. In hoofdstuk 1 lees je wat werken in de retail inhoudt. Hoofdstuk 2 gaat over de goederenstroom. In hoofdstuk 3 leer je wat je moet weten over de ontvangst van goederen en in hoofdstuk 4 staat het opslaan van goederen centraal; in de winkel, maar ook in het magazijn.

In hoofdstuk 5 leer je hoe je de goederen verkoopklaar maakt.

Hoofdstuk 6 en 7 gaan over het presenteren van de producten in én buiten de winkel. Hoe presenteer je artikelen in de winkel, op het web of in de etalage? Het verzorgen van de winkel en de rol die jij als retailmedewerker daarin hebt, staat in hoofdstuk 8.

In hoofdstuk 9 leer je de fijne kneepjes van de visual merchandising en presentatie en marketing van producten en diensten.

KERNTAAK EN WERKPROCESSEN

In *Retaillogistiek en visual merchandising* komt de volgende kerntaak aan de orde:

B1-K2: Voert ondersteunende retailprocessen uit

Werkprocessen bij kerntaak B1-K1

- **B1-K2-W1:** Functioneert als professional in de retailorganisatie. *Hfdst. 1*
- **B1-K2-W2:** Verzorgt de goederenstroom. *Hfdst. 2, 3, 4, 5*
- **B1-K2-W3:** Verzorgt de artikelpresentatie en/of visual merchandising. *Hfdst. 5, 6, 7, 8, 9*

Daarnaast komt in dit boek een aantal werkprocesoverstijgende onderwerpen aan bod.



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.

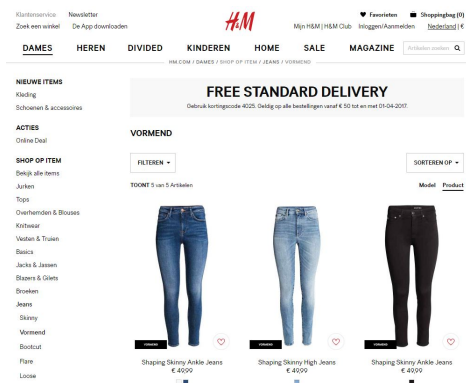
Retail wordt soms detailhandel genoemd. Maar detailhandel is enkel de verkoop van tastbare producten.

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-boer 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.



Verskil 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.