

Economie & Ondernemen

RETAIL EN STYLING





COLOFON

Hoofdauteur
Liesbeth van Schalkwijk

Auteurs
Stephan Bloemendal
Elke van den Elsen
Eus van der Grift
Anton Ketellapper
Roos Ploeg

Met medewerking van
Frederike Lems
Joyner Meelhuysen
Elise Mijderwijk
Leon Mijderwijk
Eva Mulder

Redactie
Maartje Smit

Vormgeving
Mirjam Lems, FC-creatief. www.fc-creatief.nl

ISBN: 978-94-6376-543-5

Eerste druk © Copyright EduHint 2024

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm, hetzij elektronisch, mechanisch, door middel van fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van EduHint.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb. 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (Postbus 3060, 2130 KB) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art.16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

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.



INHOUD

WERKBOEK RETAIL EN STYLING

Inleiding	4
Werkwijze	5
Gluren bij de burens	6
Tv kijken	9
Kijkje bij de concurrent	12
Alle P's in beeld	14
Doelgroep in beeld	16
Wie staat waar?	20
Goed plan!	23
De groene route	26
Kijken, kijken, wel kopen	29
Stop, een shop!	32
Zinzionele sale	36
Zet je schap	38
Wie jarig is trakteert!	40
En ... actie!	43
Laat zien wat je in huis hebt	46
Van de nieuwe stempel	48
Aan kop	51
Nieuwer, beter, sneller	53
Window dressing	56
Ik ga op reis en neem mee ...	59
Terugblikken is vooruitkijken	66

BESTE LEERLING

Welkom bij PERSPECTIEF vmbo: Retail en Styling! Is het niet raar dat je altijd teruggaat naar dezelfde winkel? Of dat je soms stilstaat voor een etalage omdat die ineens je aandacht trekt? En wat dacht je van mensen die met zijn allen in de rij gaan staan voor het nieuwste paar sneakers. Retail en Styling beantwoordt die vragen voor je.

In dit boek leer je hoe je aantrekkelijke productdisplays maakt, een krachtige marketingstrategie opstelt en hoe je een doelgroep centraal stelt. En je houdt scherp in de gaten wat de concurrentie doet.

De praktijkopdrachten in dit boek helpen je om de theorie beter te begrijpen en toe te passen in de echte wereld. Ontdek meer op het online leerplatform van PERSPECTIEF vmbo. Daar vind je niet alleen de theorie die je nodig hebt bij de praktijkopdrachten, maar ook theorievragen, opdrachten én hoofdstuktoetsen om je begrip van de leerstof te testen. En niet onbelangrijk, je vindt er de bijlagen die je nodig hebt bij de praktijkopdrachten.

**Veel succes en vooral veel leerplezier met het verkennen
van de wereld van Retail en Styling!**

YOU
GOT
THIS

In het lesmateriaal kom je deze pictogrammen tegen:

- ! → wijst je naar de theorie op het online leerplatform. De theorie moet je kennen om de praktijkopdrachten te kunnen doen.
- ? → vertelt je welke materialen en bijlagen je nodig hebt bij de praktijkopdrachten. Bijlagen vind je bij Bronnen bij de theorie op het online leerplatform.
- » → geeft aan waar je werkt en wat je gaat doen.
- → toont je stapsgewijs wat je precies moet doen.

Aan het einde van elke praktijkopdracht volgt een handige checklist die je invult om te checken of je alles hebt gedaan. Je docent vult de lijst ook in en geeft je complimenten en/of feedback.

Een praktijkopdracht te moeilijk? Geen probleem. Neem nog eens de theorie en de oefenvragen op het online leerplatform door en probeer het nog eens.

Om je nog beter op weg te helpen vind je in de map een boek met een methodewijzer, informatie over de vier bedrijven en de module ToekomstPerspectief die je helpt bij je loopbaanoriëntatie.

Dit betekenen de icoontjes aan het begin van een opdracht:

- Praktijkopdracht
- Verwijzing naar de theorie
- Werk alleen.
- Werk samen met een klasgenoot.
- Werk in een groep of met de hele klas.
- De opdracht is makkelijk.
- De opdracht is wat moeilijker.
- De opdracht is moeilijk.
- DUUR 00:30 → Zo lang doe je over de opdracht.



Je bekijkt de indeling van een supermarkt.



Volg eerst theorie Hoofdstuk 1 - Artikelen in de winkel kiezen (paragraaf 1 tot en met 4).



- computer
- telefoon (om foto's mee te maken)
- pen, papier, potlood, lijm
- supermarktfolder
- vel A3-papier

- eerst in een supermarkt, daarna op school op een rustige plek



Wat ga je doen?



1. Overleg met je docent met wie je samenwerkt.
2. Overleg met je docent welke supermarkt je bezoekt en wanneer.
3. Overleg met je docent welke artikelgroep je onderzoekt:
 - Groente en fruit
 - Kaas en kaasproducten
 - Vlees en vleeswaren
 - Brood en banket
 - Koffie en thee
 - Diepvries
 - Houdbare groente
 - Huishoudelijk
 - Dierenvoeding en -benodigdheden.
4. Bereid je bezoek voor. Neem een telefoon, papier, potloden en pennen mee.
5. Vraag bij de servicebalie van de supermarkt of jullie foto's mogen maken van de schappen. Vertel dat het een opdracht voor school is.
6. Zoek een plattegrond van de winkel.
7. Geen plattegrond? Dan teken je deze zelf.
Schets de plek van de:
 - kassa's
 - verschillende afdelingen
 - schappen.Schrijf erbij wat waar verkocht wordt.
8. Maak foto's van jouw artikelgroep. Maak een foto van een artikel uit de categorie: A-merk, B-merk, C-merk en huismerk. Je bent nu klaar in de supermarkt.
9. Print de foto's. Maak een collage van jouw artikelgroep op een vel A3-papier. Schrijf erbij wat wat is.
10. Beantwoord de volgende vragen:
Hoort jouw artikelgroep tot het kernassortiment? ☐ JA ☐ NEE
Hoort jouw artikelgroep tot het randassortiment? ☐ JA ☐ NEE
11. Geef aan wat je weet over de:
 - breedte van de artikelgroep

12. Leg uit hoe de verschillende producten in jouw artikelgroep met elkaar verbonden zijn.

13. Zoek online of in een supermarktfolder naar artikelen in jouw artikelgroep die horen tot:
- complementaire artikelen
 - follow-up artikelen
 - rage-artikelen
 - concurrerende artikelen
 - impulsartikelen.
14. Knip of print ze uit en voeg ze toe aan de collage.
15. Laat de opdracht controleren door je docent.
16. Maak een foto van de collage en sla deze op in jouw online schoolomgeving.

CHECKLIST	JIJ	DOCENT
Alle stappen doorlopen?	✓ of X	✓ of X
Plattegrond compleet?		
Foto's gemaakt in de supermarkt?		
Collage toont producten van A-, B-, C- en huismerk?		
Collage toont complementaire, follow-up, rage-, concurrerende en impulsartikelen?		
Goed samengewerkt?		

Tops en tips van je docent:



Tv kijken



De opdracht

Je maakt een presentatie van de verschillende soorten tv-merken.



- Wat moet je weten?**
- Volg eerst theorie Hoofdstuk 1 - Artikelen in de winkel kiezen (paragraaf 4) op het online leerplatform en beantwoord de vragen.

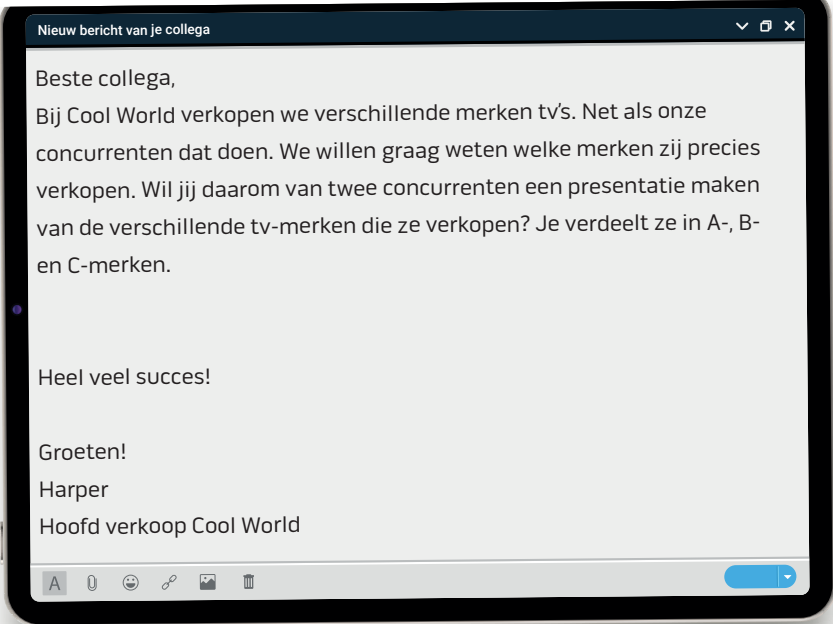


- Wat heb je nodig?**
- computer met PowerPoint of ander presentatieprogramma

- Waar werk je?**
- op een rustige werkplek



Wat ga je doen?



Stappenplan

1. Overleg met je docent met wie jij samenwerkt.
2. Overleg met je docent welke twee winkels jullie concurrenten zijn.



3. Open PowerPoint. Op de titeldia zet je de naam van de gekozen winkels en jullie namen.
4. De volgende drie dia's geef je de titels:
A-merken
B-merken
C-merken.
5. Deel de drie dia's in twee kolommen in en zet boven elke kolom de naam van de winkel.
6. Zoek op internet welke merken tv's deze winkels verkopen.
7. Zoek afbeeldingen van deze tv's en zet deze op de juiste plek in je presentatie (A-, B-, of C-merk).
8. Geef de vierde dia de titel: Verschillen.
Geef in de dia aan welke verschillen je ziet tussen de tv-merken en het soort winkel.
9. Geef de vijfde dia de titel: Overeenkomsten.
Geef in de dia aan welke overeenkomsten je ziet tussen de tv-merken en het soort winkel.
10. Geef in de zesde dia aan waarom niet elke elektronikawinkel dezelfde merken verkoopt.
11. Het huismerk ontbreekt in ieder geval bij beide winkels. Want er bestaat geen huismerk tv. Waarom eigenlijk niet? Leg dit uit in de laatste dia.
12. Sla de presentatie op onder de naam Tv kijken in jouw online schoolomgeving.

CHECKLIST	JIJ	DOCENT
Alle stappen doorlopen?	✓ of X	✓ of X
Met de docent overlegd over samenwerking en keuze van de concurrenten?		
Verschillende tv-merken gevonden?		
Elk tv-merk bij de juiste categorie kunnen plaatsen?		
Diapresentatie van minstens zes dia's?		
Verschil tussen tv-merken en soort winkel kunnen vinden?		
Overeenkomst tussen tv-merken en soort winkel kunnen vinden?		
Uitgelegd waarom er in tv-land geen huismerken bestaan?		

Tops en tips van je docent:





Wie staat waar?



De opdracht

De docent kiest samen met jou de winkel voor deze opdracht: de Groene Boon, Tabula, Cool World of Zinzy.

Bepaal welke winkels concurrent kunnen zijn in jouw woonomgeving.

! Wat moet je weten?

Volg eerst theorie Hoofdstuk 3 - Een winkelformule opstellen (paragraaf 1 tot en met 4) op het online leerplatform en beantwoord de vragen.



? Wat heb je nodig?

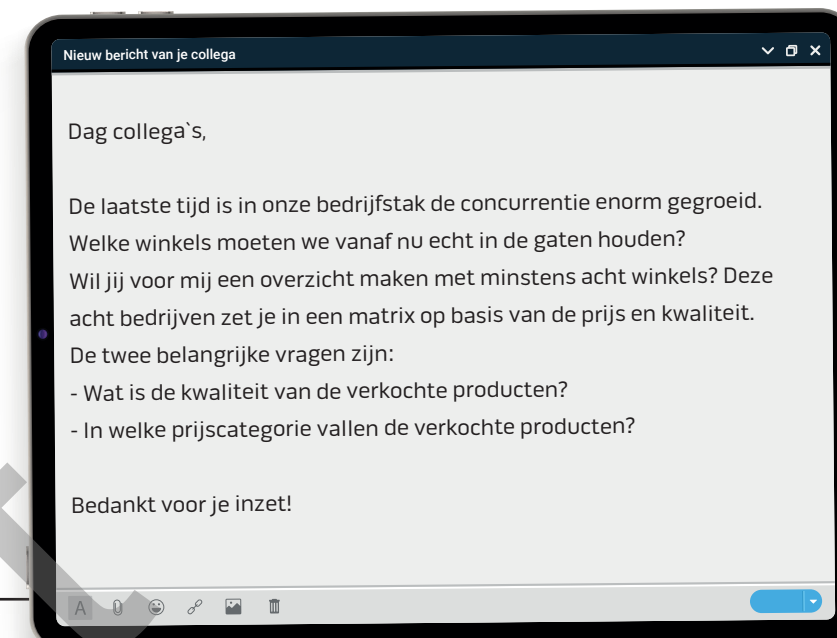
- computer met tekstverwerkings- of presentatieprogramma (zoals PowerPoint)
- uitgeprinte bijlage Matrix

Waar werk je?

- op een rustige werkplek

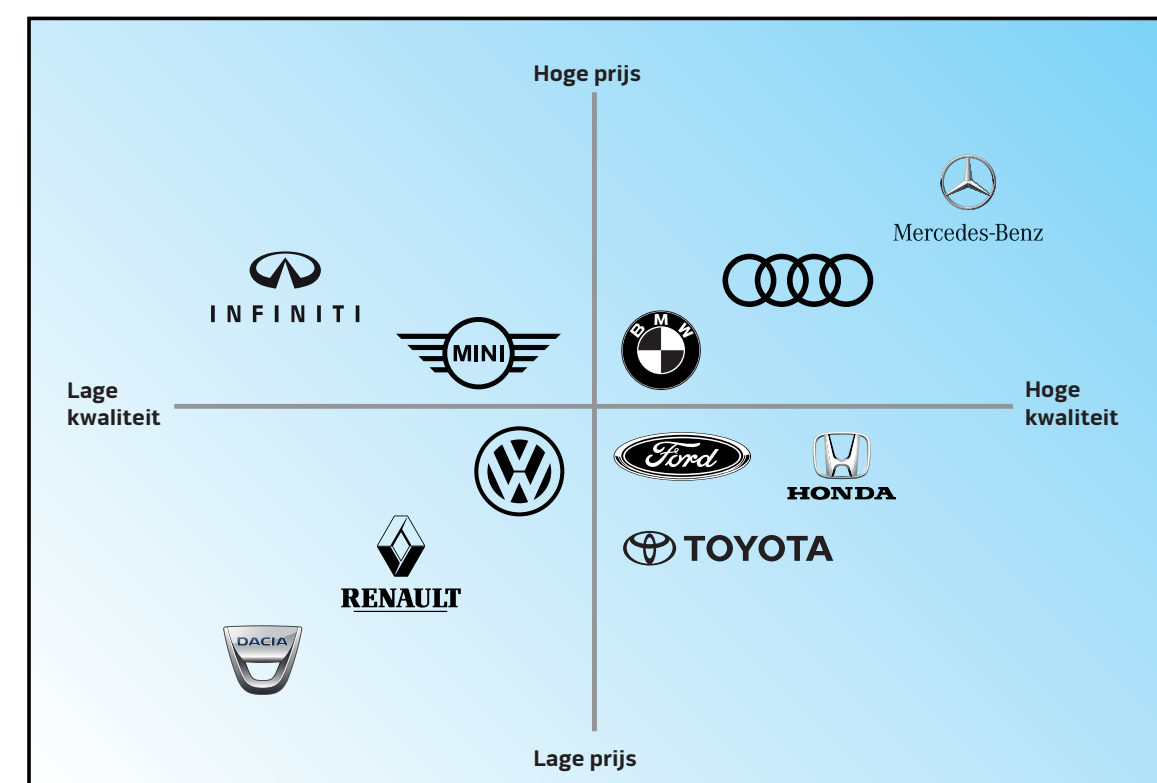


Wat ga je doen?



Stappenplan

1. Spreek af met de docent voor welke winkel je werkt: Zinzy, Tabula, Cool World of de Groene Boon.
2. Ga op zoek naar zeker acht andere winkels in dezelfde bedrijfstak.
3. Ga op internet op zoek naar de logo's van deze acht winkels.
4. Bepaal voor elke winkel in welke prijscategorie de producten vallen. Plaats de producten ergens in het spectrum tussen lage prijs en hoge prijs.
5. Bepaal voor elke winkel hoe goed de producten zijn. Plaats de producten ergens in het spectrum tussen lage kwaliteit en hoge kwaliteit.
6. Kijk naar het voorbeeld hieronder en gebruik de bijlage Matrix.
7. Print de logo's van de bedrijven uit.
8. Leg de logo's op de plek waar ze horen volgens jullie. Bespreek samen of ze goed liggen. Gebruik hiervoor de informatie van stap 4 en stap 5.
9. Tevreden? Dan plak je ze vast.
10. Presenteer de matrix aan de klas/docent en leg jullie keuzes uit.
11. Bewaar de ingevulde matrix in jouw portfolio.



Terugblikken is vooruitkijken



Je hebt alle praktijkopdrachten gemaakt, tijd om terug te kijken!

Voordat je doorgaat naar een ander onderdeel is het goed om stil te staan bij alles wat je in deze module hebt gedaan. Zo krijg je steeds een beter beeld van wat je leuk vindt, waar je goed in bent en wat je nog wilt leren. Je leert jezelf steeds beter kennen!

top 3 praktijkopdrachten

Welke opdrachten waren jouw favoriet?

1

2

3

Wat vond je leuk aan deze opdrachten?

tops & tips

Van welke tops word je vooral blij?



Van welke tips leer je het meest?

kwaliteiten & werkwaarden

Bekijk nog eens jouw lijstje met kwaliteiten en werkwaarden uit hoofdstuk 2 van ToekomstPerspectief.

Welke kwaliteiten heb je geoefend? In welke praktijkopdracht kwam dit aan bod?

kwaliteit	praktijkopdracht



Welke werkwaarden heb je (her)ontdekt?

Waar ben je beter in geworden?

Waar ben je trots op?

Omcirkel het bedrijf dat je op dit moment het meest aanspreekt:



Wat trekt je aan in deze winkel?

Je hebt verschillende vaardigheden geoefend tijdens het maken van de praktijkopdrachten.

Kruis aan welk onderdeel je het leukst vindt:

- ☐ promotiemateriaal ontwerpen
- ☐ winkel en etalage inrichten
- ☐ winkelformule omschrijven
- ☐ marketingplannen bedenken

Waarom vind je dit het leukst? Geef een voorbeeld.

Je hebt verschillende vaardigheden geoefend tijdens het maken van de praktijkopdrachten.

Kruis aan welk onderdeel je het minst leuk vindt:

- ☐ promotiemateriaal ontwerpen
- ☐ winkel en etalage inrichten
- ☐ winkelformule omschrijven
- ☐ marketingplannen bedenken

Waarom vind je dit het minst leuk? Geef een voorbeeld.





9 789463 765435