

Verantwoordingsinformatie, behorend bij het
kwalificatiedossier mbo:

Retail advies

Kwalificaties

» **Retailspecialist**

Geldig vanaf

Penvoerder: Sectorkamer handel
Gevalideerd door: Sectorkamer Handel
Op: 14-09-2021

Inhoudsopgave

Het kwalificatiedossier kan een verwijzing bevatten naar de volgende (verantwoordings-)informatie. Dit is geen onderdeel van de kwalificatie-eisen.

<u>Verantwoordingsinformatie</u>	4
<u>1. Beroepscompetentieprofielen (bcp)</u>	4
<u>2. Examenprofielen</u>	4
<u>3. Arbeidsmarktinformatie</u>	4
<u>4. Trends en ontwikkelingen</u>	4
<u>5. Beroepsvereisten</u>	5
<u>6. Bijzondere vereisten</u>	5
<u>7. Beroepsspecifieke moderne vreemde talen</u>	5
<u>8. Ontwikkelmogelijkheden van de beroepsbeoefenaar in het onderwijs</u>	6
<u>9. Onderhoudsagenda</u>	6
<u>10. Wijzigingen ten opzichte van de voorgaande versie</u>	6
<u>11. Betrokkenen</u>	7
<u>12. Verblijfsduur 4 jarig</u>	7
<u>13. Aanvullende informatie</u>	7
<u>14. Certificaten</u>	7

Verantwoordingsinformatie

1. Beroepscompetentieprofielen (bcp)

Het kwalificatiedossier Retail advies is gebaseerd op de volgende beroepscompetentieprofielen:

- [BCP Eerste verkoopmedewerker](#)
- [BCP Foodservice-specialist](#)

2. Examenprofielen

N.v.t.

3. Arbeidsmarktinformatie

Ruim 5.000 studenten staan jaarlijks ingeschreven voor retail op niveau 3. De helft volgt de opleiding via de BOL, de andere helft via de BBL. Er zijn meer dan voldoende leerplaatsen beschikbaar en ook de perspectieven op de arbeidsmarkt zijn gunstig voor recent gediplomeerde schoolverlaters.

Er staan jaarlijks ruim 10.000 vacatures open voor deze functie, waarvan het grootste deel (94%) geschikt is voor recent gediplomeerden met weinig tot geen werkervaring. Van de jaarlijks ruim 2.000 tot 2.500 gediplomeerden stroomt bijna de helft (44%) door naar de arbeidsmarkt. De andere helft kiest voor een vervolgopleiding op het mbo. Ongeveer 80% van de gediplomeerden die de arbeidsmarkt betreden werkt anderhalf jaar na diplomering meer dan 12 uur per week. Ongeveer zeven van de tien gediplomeerden werken op het niveau van de gevolgde opleiding. Ook komen zeven van de tien gediplomeerden terecht in de richting waarvoor ze zijn opgeleid.

Er is een lichte terugloop in de instroomcijfers de afgelopen 5 jaar op de opleiding op niveau 3.

SBB publiceert regelmatig actuele gegevens over kans op werk en kans op stage/leerbaan van alle kwalificaties. Zie daarvoor <http://www.s-bb.nl/kans>.

4. Trends en ontwikkelingen

Wetgeving en regelgeving

Wet- en regelgeving voor retail verandert in de loop van de jaren. Bijvoorbeeld op het gebied van algemene voorwaarden, garanties en bedenktijd, de Warenwet, privacy, hygiëne, milieu, en aansprakelijkheid. Dit vraagt van de Retailspecialist up-to-date te zijn én te blijven met betrekking tot veranderende wetten regelgeving, door zich blijvend te verdiepen in beschikbare informatie in vakbladen of online en continu een lerende houding aan te nemen.

Veel van deze wetten en regels zijn te vinden op de website van de Kamer van Koophandel, via Wetten en regels voor detailhandel, groothandel en ambachten.

Ontwikkelingen in de beroepsuitoefening

Voor het marktsegment onderscheiden we op basis van het trendonderzoek de volgende macrotrends:

- Smartification

De term 'smartification' betekent het 'verslimmen' van processen. Steeds meer apparaten in ons dagelijks leven zijn online verbonden, waardoor er een overvloed aan data beschikbaar is. Organisaties zetten deze data steeds slimmer in om enerzijds hun businessmodel te updaten en anderzijds een makkelijkere customer journey te verwezenlijken. Ook kun je met deze data bepaalde onderdelen van het werk automatiseren. Denk bijvoorbeeld aan administratief werk. Computers kunnen routinematige taken automatiseren die mensen uitvoerden. Dit resulteert in meer tijd voor overige taken, zoals gesprekken met klanten of branding op verschillende verkoopkanalen.

De retailspecialist kan veel van deze informatie gebruiken om zo goed mogelijk aan te sluiten op de behoefte van de consument. Het comfort en ontzorgen van de klant staat centraal. Van het aanbieden van aanvullende diensten tot het formuleren van totaaloplossingen tot het just-in-time aanbieden van nieuwe diensten of producten, het kan allemaal dankzij smartification en de klant is het ook steeds meer gewend om op die manier geholpen te worden.

De zelfkant hiervan is dat de klant soms een aanzienlijk aandeel van diens privacy opoffert om de aankoopervaring maar zo gemakkelijk mogelijk te maken. Van afrekenen met een vingerafdruk tot tracking via de telefoon van Amazon, al deze diensten geven commerciële bedrijven een grote hoeveelheid informatie over hun klanten. Hiermee goed en vertrouwelijk omgaan is eveneens een uitdaging voor de retailspecialist.

- Duurzame wereld

De invloed van een veranderend klimaat op de samenleving is zo groot, dat de overheden beheersmaatregelen willen nemen. Er komen steeds meer mogelijkheden om de maatschappij anders in te richten, met meer aandacht voor natuur en welzijn. Bedrijven

die geen rekening houden met het milieu en met arbeidsomstandigheden tijdens de productie van goederen lopen het risico op imagoschade.

Voor de retailspecialist betekent dit dat het verstandig is na te denken over initiatieven die duurzaamheid bevorderen. Het verwerken van en samenwerken met duurzame initiatieven en andere initiatieven die een betere wereld op het oog hebben wordt (mede) door de consument beloond.

- Participatie-economie

De opkomst van de platform- of deeleconomie hangt sterk samen met de nieuwe technologische mogelijkheden. Denk aan het groeiende belang van internet, social media en gps. Dankzij het internet kan iedereen gemakkelijk met mensen in zijn omgeving communiceren.

Dit betekent dat een organisatie gemaakt of gebroken kan worden met reviews. Het is in veel gevallen aan de retailspecialist om te verzorgen dat reviews positief zijn. Ook het faciliteren van reviews over producten is een belangrijke strategie om producten toegankelijker of aantrekkelijker te maken.

- Humanisering

De maatschappij individualiseert: individuele waarden en behoeften staan nadrukkelijker centraal. De decentralisatie van onder meer overheidstaken zorgt ervoor dat burgers meer eigen regie krijgen om te beslissen wat goed voor hen is. Burgers dienen steeds meer zaken zelf te regelen. Deze vorm van empowerment vertaalt zich in een grotere behoefte aan maatwerk en personalisering van producten en diensten.

Aansluiten op de persoonlijke beleving en het kunnen bieden van (quasi-)maatwerk spelen op deze trends in. Een goede customer journey kan dit gevoel van persoonlijke bejegening al geven. Een goede filterset op de inventaris kan het verkopen van standaardproducten laten voelen als maatwerk. Denk bijvoorbeeld aan het zoeken van de juiste wasmachine of koelkast, die past bij de voorkeuren van de koper. De koelkast is nog steeds standaard, maar de zoektocht naar de koelkast voelt alsof dit de enige koelkast was die past bij de klant.

- Marktontschotting

De huidige arbeidsmarkt is aan het veranderen. Met internet bereik je grotere markten en organiseer je processen internationaal. Maar er zijn signalen van (de)globalisering: juist de internationale processen zijn aan verandering onderhevig. Er ontstaan andere vormen van ketensamenwerking, om de klant sneller te bedienen.

Denk aan pop-upwinkels die samenwerken met lokale producenten, koffiecorners of eetcafés in kledingzaken met kringloopmeubels en een kunstgalerij en bijvoorbeeld workshops over hoe het beste met aangekochte producten om te gaan. De retailspecialist komt hierdoor in een milieu waarin deze van alle markten thuis moet zijn of in elk geval moet weten hoe de rest van de ketens, waar diens organisatie deel van uitmaakt, verlopen.

In de retail is de customer journey een belangrijk onderdeel van de beleving/ervaring van de klant bij een bepaalde winkel. Bij een beleving hoort ook de mate van gemak en toegankelijkheid. Hoe makkelijk kan een klant bijvoorbeeld een bestelling plaatsen of hoe makkelijk personaliseer je een product? Kortom, de consument zoekt meer gemak en aansluiting bij persoonlijke voorkeuren. Onder andere meer out-of-home en meer convenience (kant-en-klaar, voorgesneden, thuisbezorgd, achteraf betalen etc.). Verder draait het om maatwerk leveren en de klanten centraal stellen.

Meer weten? Actuele informatie is te vinden in de trendrapportage van de SBB:
<https://trendrapport.s-bb.nl/handel/retail/>

5. Beroepsvereisten

nvt

6. Bijzondere vereisten

Retailspecialist
Nee

7. Beroepsspecifieke moderne vreemde talen

Moderne vreemde taal naar keuze: Luisteren (B1), Lezen (B1), Gesprekken voeren (A2), Spreken (A2), Schrijven (A2).

- relevante teksten lezen en begrijpen in een moderne vreemde taal
- eenvoudige gesprekken voeren in een moderne vreemde taal
- eenvoudige teksten schrijven in een moderne vreemde taal
- een eenvoudige presentatie geven in een moderne vreemde taal
- relevante gesproken informatie in een moderne vreemde taal begrijpen

Retailspecialist

een MVT naar keuze					
	Luisteren	Lezen	Gesprekken voeren	Spreeken	Schrijven
C2					
C1					
B2					
B1	x	x			
A2	x	x	x	x	x
A1	x	x	x	x	x

8. Ontwikkelmogelijkheden van de beroepsbeoefenaar in het onderwijs

De Retailspecialist heeft binnen het mbo-onderwijs en op de arbeidsmarkt binnen de detailhandel de mogelijkheid om onder andere door te stromen naar:

- Retailmanager, niveau 4
- Ondernemer handel, niveau 4

9. Onderhoudsagenda

Onderwerp	Actie	Wie	Wanneer
Evaluatie kwalificatiedossier	In principe wordt het kwalificatiedossier eens per vijf jaar onder de loep genomen om te checken op actualiteit. Mochten er eerder signalen zijn dat het wringt, dan kan de planning naar voren worden gehaald.	SBB neemt initiatief tenzij bedrijfsleven of onderwijs eerder met signalen komt.	Voor herijking is een cyclus van vijf jaar voorzien.
Doelmatigheid	SBB evalueert ieder jaar de doelmatigheid van alle kwalificaties. Op dit moment zijn er vraagtekens over de doelmatigheid van deze kwalificatie. Daarom wordt aan de doelmatigheid van dit dossier extra aandacht besteed.	SBB signaleert aan bedrijfsleven, onderwijs en OCW.	Jaarlijks

10. Wijzigingen ten opzichte van de voorgaande versie

Categorie	Kruis aan welke categorie van toepassing is :	Omschrijving
Categorie 1: Nieuw dossier		Dit dossier zat voorheen niet in de kwalificatiestructuur. Nadere toelichting is niet nodig.
Categorie 2: Nieuwe elementen	x	Dit betreft sterk gewijzigde dossiers waarop de Toetsingskamer een ingangstoets heeft uitgevoerd. Er is sprake van nieuwe of samengevoegde kwalificaties, certificeerbare eenheden, bcp's, etc. Bij de toelichting hieronder bevindt zich een samenvatting van de wijzigingen in dit dossier.
Categorie 3: Wijzigingen		Er zijn zaken gewijzigd in een bestaand dossier. Bijvoorbeeld inhoudelijke wijzigingen in de kerntaakbeschrijving of de werkprocessen. Ook kleinere wijzigingen, zoals het toevoegen van matrices voor rekenen/wiskunde, het herstellen van spelfouten, herformuleringen die geen betekenisverschillen inhouden en beperkte tekstuele wijzigingen vallen hieronder. Bij de toelichting hieronder bevindt zich een samenvatting van de wijzigingen in dit dossier.
Categorie 4: Ongewijzigd		Dossier is volledig ongewijzigd. Nadere toelichting is niet nodig.

Samenvoeging van alle dossiers Verkoop en leiding in de verkoop, te weten: Eerste verkoper, Verkoopsspecialist, Verkoopadviseur en Verkoopsspecialist groene detailhandel.

Binnen de expertoverleggen is besproken per niveau één kwalificatie retail over te houden.

Voor alle kwalificatiedossiers binnen retail is meer ruimte gekomen voor hospitality in de vorm van klant- en belevingsgericht werken: relaties onderhouden, ambassadeurschap, 'blijmakers', klantreizen (mogelijk via verschillende platforms), gastvrijheid en persoonlijke aandacht. De beginnend beroepsbeoefenaar moet een voorbeeldfunctie hebben en in staat zijn anderen een goed gevoel te geven en te stimuleren.

Verder is er meer aandacht voor het omgaan met klantinformatie en –technologie: weten hoe retail werkt en weten wat er speelt. Er is meer accent gekomen op strategisch nadenken vanuit commercieel oogpunt, met erkenning voor het retailvakmanschap. Daarvoor moet de beginnend beroepsbeoefenaar kunnen kijken naar de doelgroep: het kwalificatiedossier moet een stevige basis geven om processen en de gedachte erachter te begrijpen.

Dat laatste haakt ook in op de laatste toevoeging: het vergroten van het aanpassingsvermogen en ondernemendheid in de beginnend beroepsbeoefenaars: het versterken van reflectievermogen, verbreden van horizon en veranderkracht, en het netwerken en samenwerken in de keten.

Deze toevoegingen komen in de plaats van vaardigheden die vroeger sterker in de kwalificaties terechtkwamen. Zo is er minder aandacht voor handmatige activiteiten en uitrekenen data. Er is geen behoefte aan uitgebreide bedrijfseconomie. Er zijn alleen onderwerpen opgenomen waarbij studenten een vertaalslag naar de beroepspraktijk maken.

Ook de goederenstroom is beperkter opgenomen: een student draait mee met het goederenproces en de beroepsgerichte kleuring wordt in het bedrijf aangegeven.

11. Betrokkenen

Fundamentsgroep:
BTG Handel (Onderwijs)
Albeda (onderwijs)
CBL (bedrijfsleven)
INretail (bedrijfsleven)
NXTFashion (bedrijfsleven)

Overige betrokkenen:

Bedrijfsleven
Expertgroep: Konijnendijk mode, Just Brands, Shoeby, Hema, Big Bazar, Coöp, AS Watson, Praxis, Perry Sport, JYSK NL, Jumbo.
Inhoudsdeskundigen: Techniek Nederland, NCVB, Deen supermarkten, Just Brands, Coop, Jumbo, Tuincentra, Praxis.

Brancheorganisaties
CBL, Techniek Nederland.

Onderwijs
Expertgroep: West-Brabant, Mondriaan, Gilde opleidingen, Da Vinci, MBO Amersfoort, Friese Poort, KW1, Rijnland, Alfa, Rivor, Nijmegen, Landstede, NOVA College.
Inhoudsdeskundigen: Graafschapcollege, De Rooi Pannen, Landstede, Curio, ROC van Amsterdam, BTG Handel, MBO Raad.

12. Verblijfsduur 4 jaarig

N.v.t.

13. Aanvullende informatie

N.v.t.

14. Certificaten

N.v.t.