

# Inhoudsopgave

## Deel A1 De basis van retailmanagement

|                    |                                                   |           |
|--------------------|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>Hoofdstuk 1</b> | <b>Introductie in retail</b>                      | <b>13</b> |
| 1.1                | Inleiding                                         | 13        |
| 1.2                | Doelstellingen                                    | 13        |
| 1.3                | Wat is retail?                                    | 14        |
| 1.4                | Trends en ontwikkelingen in de sector             | 16        |
| 1.5                | De rol van een retailmanager                      | 21        |
| 1.6                | Begrippen                                         | 27        |
| 1.7                | Eindopdracht                                      | 28        |
| <br>               |                                                   |           |
| <b>Hoofdstuk 2</b> | <b>Marktonderzoek en marktanalyse</b>             | <b>29</b> |
| 2.1                | Inleiding                                         | 29        |
| 2.2                | Doelstellingen                                    | 29        |
| 2.3                | Het marktonderzoeksproces                         | 30        |
| 2.4                | Methoden: fieldresearch en deskresearch           | 44        |
| 2.5                | Betrouwbaarheid, validiteit en representativiteit | 53        |
| 2.6                | Externe en interne analyses: DESTEP en SWOT       | 54        |
| 2.7                | Begrippen                                         | 58        |
| 2.8                | Eindopdrachten                                    | 59        |

## Deel A2 Strategisch retailmanagement

|                    |                                                                   |           |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Hoofdstuk 3</b> | <b>Branding en positionering</b>                                  | <b>63</b> |
| 3.1                | Inleiding                                                         | 63        |
| 3.2                | Doelstellingen                                                    | 63        |
| 3.3                | Merkidentiteit, kernwaarden en imago                              | 64        |
| 3.4                | USP's, UBR's en EVA's in retail                                   | 68        |
| 3.5                | Hoe ervaren klanten een merk?                                     | 71        |
| 3.6                | Merkloyaliteit: waarom blijven klanten terugkomen?                | 73        |
| 3.7                | Begrippen                                                         | 75        |
| 3.8                | Eindopdrachten                                                    | 76        |
| <br>               |                                                                   |           |
| <b>Hoofdstuk 4</b> | <b>Businessmodellen en verdienstrategieën</b>                     | <b>79</b> |
| 4.1                | Inleiding                                                         | 79        |
| 4.2                | Doelstellingen                                                    | 79        |
| 4.3                | Hoe verdienen retailers geld?                                     | 80        |
| 4.4                | Verkoopmodellen in de moderne retail                              | 82        |
| 4.5                | Creatieve verdienstrategieën: van gratis gebruik tot advertenties | 86        |
| 4.6                | Begrippen                                                         | 89        |
| 4.7                | Eindopdrachten                                                    | 91        |

## Deel A3 Operationeel retailmanagement

|                    |                                                      |           |
|--------------------|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Hoofdstuk 5</b> | <b>Procesbeheersing, logistiek en magazijnbeheer</b> | <b>95</b> |
| 5.1                | Inleiding                                            | 95        |
| 5.2                | Doelstellingen                                       | 95        |
| 5.3                | Voorraadbeheer en bestelsystemen                     | 96        |
| 5.4                | Voorraadkosten                                       | 101       |
| 5.5                | Voorraadkengetallen                                  | 103       |
| 5.6                | Indeling van het magazijn                            | 106       |

|      |                                       |     |
|------|---------------------------------------|-----|
| 5.7  | Magazijnindeling en routing           | 111 |
| 5.8  | Orderverzamenen (orderpicking)        | 114 |
| 5.9  | Prestatie-indicatoren in de logistiek | 117 |
| 5.10 | Begrippen                             | 119 |
| 5.11 | Eindopdrachten                        | 122 |

## **Hoofdstuk 6 Van levering tot retour** 125

|     |                             |     |
|-----|-----------------------------|-----|
| 6.1 | Inleiding                   | 125 |
| 6.2 | Doelstellingen              | 125 |
| 6.3 | Vrachtbrief                 | 126 |
| 6.4 | Pakbon                      | 131 |
| 6.5 | Retourneren en emballage    | 133 |
| 6.6 | Artikelcodering en tracking | 135 |
| 6.7 | Begrippen                   | 139 |
| 6.8 | Eindopdrachten              | 140 |

## **Deel A4 Personeel en leiderschap in de retail**

### **Hoofdstuk 7 Leiderschap en motivatie** 145

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 7.1 | Inleiding             | 145 |
| 7.2 | Doelstellingen        | 145 |
| 7.3 | Leiderschapsstijlen   | 146 |
| 7.4 | Structureren van werk | 153 |
| 7.5 | Motivatietheorieën    | 154 |
| 7.6 | Begrippen             | 158 |
| 7.7 | Eindopdrachten        | 159 |

### **Hoofdstuk 8 Effectieve communicatie en gesprekstechnieken** 161

|     |                                       |     |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 8.1 | Inleiding                             | 161 |
| 8.2 | Doelstellingen                        | 161 |
| 8.3 | De gesprekken uit de HR-cyclus        | 162 |
| 8.4 | Vraagtechnieken en gesprekstechnieken | 164 |
| 8.5 | Conflicthantering en onderhandelen    | 167 |
| 8.6 | Begrippen                             | 171 |
| 8.7 | Eindopdrachten                        | 172 |

### **Hoofdstuk 9 Personeelsbeleid en arbeidsrecht** 175

|      |                                                    |     |
|------|----------------------------------------------------|-----|
| 9.1  | Inleiding                                          | 175 |
| 9.2  | Doelstellingen                                     | 175 |
| 9.3  | Werving en selectie: functieprofielen en vacatures | 176 |
| 9.4  | Soorten overeenkomsten en arbeidsvoorwaarden       | 178 |
| 9.5  | Personeelsontwikkeling en HRM-instrumenten         | 181 |
| 9.6  | Ontwikkelingsgesprekken en feedback                | 182 |
| 9.7  | Medezeggenschap op de werkvloer                    | 184 |
| 9.8  | Belangrijke wetten in het personeelsbeleid         | 186 |
| 9.9  | Begrippen                                          | 190 |
| 9.10 | Eindopdrachten                                     | 192 |

## **Deel B Praktijkopdracht**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Praktijkopdracht 1 Personeelsplanning | 197 |
|---------------------------------------|-----|

## **Deel C Register**

|          |     |
|----------|-----|
| Register | 209 |
|----------|-----|