

Verantwoordingsinformatie, behorend bij het  
kwalificatiedossier mbo:

## **Retail management**

Kwalificaties

» **Retailmanager**

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.

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

# Verantwoordingsinformatie

## 1. Beroepscompetentieprofielen (bcp)

Het kwalificatiedossier Retail management is gebaseerd op de volgende beroepscompetentieprofielen:

- [Beroepscompetentieprofiel Afdelingsmanager/Filiaalmanager klein filiaal](#)

## 2. Examenprofielen

N.v.t.

## 3. Arbeidsmarktinformatie

In 2020/2021 staan er 8262 studenten (3296 BBL en 4968 BOL) ingeschreven voor de opleiding Retail op niveau 4. Er zijn meer dan voldoende leerplaatsen beschikbaar (15.995) en ook de perspectieven op de arbeidsmarkt zijn gunstig voor recent gediplomeerde schoolverlaters: er zijn jaarlijks ruim 2300 gediplomeerden en ruim 2800 vacatures.

Van de afgestudeerden stroomt ongeveer 40% door naar het hbo en 63% naar de arbeidsmarkt. Ongeveer 80% van de gediplomeerden die de arbeidsmarkt betreedt, werkt anderhalf jaar na diplomering meer dan 12 uur per week.

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 Retailmanager 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 retailmanager 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 keerzijde 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 van de retailmanager.

#### - 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 retailmanager 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/haar omgeving communiceren. De macrotrends voor retail zijn: de deeleconomie, de platformeconomie en revieweconomie. Dit betekent dat een organisatie gemaakt of gebroken kan worden met reviews. Het is mede aan de retailmanager om te zorgen 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 en verantwoordelijkheid krijgen. 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. De retailmanager kan dit soort benaderingen en technieken gebruiken en toepassen in diens verbeterplannen of nieuwe beleidslijnen.

#### - 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 eetcafé's in kledingzaken met kringloopmeubels en een kunstgalerij en bijvoorbeeld workshops over hoe het beste met aangekochte producten om te gaan. De retailmanager 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.

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

**Retailmanager**

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

## Retailmanager

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 student kan na afstuderen doorstromen naar een andere mbo-(kop)opleiding, een Associate Degree, of een hbo-opleiding in de retail of in management.

## 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

SBB evalueert ieder jaar de doelmatigheid van alle kwalificaties aan bedrijfsleven, onderwijs en OCW. In principe wordt het kwalificatiedossier eens per vijf jaar onder de loep genomen om te checken op actualiteit. SBB neemt initiatief tenzij bedrijfsleven of onderwijs eerder met signalen komt: mochten er eerder signalen zijn dat het wringt, dan kan de planning naar voren worden gehaald.

## 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		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	x	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.

De structuur van het dossier van kerntaken en werkprocessen is geheel gewijzigd.  
Het dossier blijft bestaan uit 1 kwalificatie (enkelvoudig dossier).

Kerntaken oude dossier:

Beheert goederenstroom en voorraad  
Coördineert verkoopactiviteiten en voert deze uit  
Geeft leiding aan het organisatie-onderdeel  
Voert beleid van de organisatie uit

Kerntaken nieuwe dossier:

Werkt mee aan en begeleidt hospitality, advies en verkoop  
Begeleidt retailondersteunende processen  
Voert taken omtrent personeelsmanagement uit  
Geeft tactisch leiding aan de eigen afdeling/vestiging

Het belangrijkste inhoudelijke verschil met het vorige dossier is de positie van hospitality. Ook is de online factor groter dan voorheen, doordat steeds meer bedrijven hybride omnichannel bedrijven zijn geworden.

De kern van de kwalificatie zijn het verlenen van hospitality, de begeleiding van het verkooptraject en de coördinerende/leidinggevende rol. De retailmanager voert het retailconcept van de organisatie uit. Vooral hospitality is veel belangrijker dan het was; de klantbeleving staat tegenwoordig centraal. Omdat de klant zelf steeds meer mogelijkheden en info online kan vinden, en de concurrentie door de online factor ook groter is, is deze gastvriendelijkheid/het belevingsaspect het unique selling point van de retailorganisatie.

De werkzaamheden kunnen fysiek maar ook in een online verkoopomgeving worden uitgevoerd.

## 11. Betrokkenen

Voor het dossier is gewerkt met een fundamentsgroep en een werkgroep.

De fundamentsgroep:

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

De werkgroep:

- Vanuit bedrijfsleven  
Techniek Nederland  
NXT Fashion  
NCVB  
Deen supermarkten  
Just Brands  
Coop  
Tuincentra  
Praxis  
- Vanuit onderwijs  
Graafschapcollege  
De Rooi Pannen  
Landstede  
Curio  
ROC van Amsterdam  
BTG Handel

## 12. Verblijfsduur 4 jarig

N.v.t.

## **13. Aanvullende informatie**

N.v.t.

## **14. Certificaten**

N.v.t.