profiel groen

Groene vormgeving en verkoop

informatieboek

De CO_2-voetafdruk van dit drukwerk is berekend met ClimateCalc en gecompenseerd bij: treesforall.nl

www.climatecalc.eu
Cert. no. CC-000057/NL

Over deze uitgaven

Hoe werk je met deze methode?

Dit informatieboek hoort bij de profielmodule Groene vormgeving en verkoop. Daarnaast is er een werkboek en een online omgeving. Je docent vertelt je hoe je hier toegang toe krijgt. In de online omgeving staan de praktijkopdrachten. Je vindt er ook filmpjes en andere digitale bronnen die bij de lesstof horen.

Ga je leren voor een toets? In de online omgeving kan je belangrijke begrippen oefenen met handige flitskaarten. Je kan daar ook bij elk hoofdstuk een diagnostische toets maken. Zo weet je meteen of je klaar bent voor de echte toets.

Dit boek bestaat uit drie hoofdstukken. Elk hoofdstuk heeft acht lessen. Les één tot en met zes zijn verplichte leerstof. Les zeven is een verrijkingsles: die herken je aan dit symbool. In les acht, de reflectieles, kijk je terug naar de praktijkopdrachten die je hebt gedaan. Je gaat na wat je leuk vindt, wat je talenten zijn en welke beroepen en opleidingen daarbij passen.

Bij elke les in het informatieboek hoort een les in het werkboek. Heb je de vragen in het werkboek goed gemaakt? Dan beheers je de theorie.

In het werkboek staat welke praktijkopdrachten bij elke les horen. Jouw docent vertelt je welke praktijkopdrachten je gaat doen.

De meeste inhoud is voor alle leerlingen bedoeld. Soms is een stuk theorie of een vraag of opdracht alleen voor leerlingen uit een bepaalde leerweg. Dit herken je aan de symbolen:

(bb) alleen voor leerlingen van de basisberoepsgerichte leerweg

(kb) alleen voor leerlingen van de kaderberoepsgerichte leerweg

In het informatieboek en het werkboek zie je soms dit symbool: . Dat betekent dat je een filmpje of een andere digitale bron moet bekijken. Je vindt die in de online omgeving.

Wij wensen je veel succes bij het doorwerken van het lesmateriaal!

Auteurs
Lonneke Crusio
Marcella Spithoven

Redactie
Barbara Capel
Evelien Delhez

Resonans
Gertjan Fok, Nicole Koenderink, Angelique Wilde

Beeldverwerving
Verbaal Visuele Communicatie

Het Ontwikkelcentrum heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Bent u desondanks van mening dat we u hebben benadeeld, dan kunt u contact met ons opnemen.

Eerste druk, 2020
© 2020 Ontwikkelcentrum, Nederland

Email: info@ontwikkelcentrum.nl
Internet: www.ontwikkelcentrum.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieen, opname of op enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van het Ontwikkelcentrum.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Groene producten klaarmaken voor de verkoop 4



Hoofdstuk 2 Groene producten presenteren 24



Hoofdstuk 3 Groene producten verkopen 42



Hoofdstuk 1

Groene producten klaarmaken voor de verkoop

Even een bloemetje kopen, het klinkt zo makkelijk. Maar voordat planten en bloemen kunnen worden verkocht, is er veel werk aan de winkel voor de bloemist. Voor welke producten kiest de winkelier? Hoe koopt hij producten in? Hoe verwerk je de bestelling? In dit hoofdstuk leer je wat je allemaal doet voordat je de bloemen en planten in de winkel zet.

LESSEN

1 Soorten winkels 6
2 Een duurzaam assortiment 8
3 Genoeg voorraad 10
4 In het magazijn 12
5 Uitpakken en presenteren 14
6 In de winkel 16
7 Op de bloemenveiling 18
8 Reflectie (werkboek)
Begrippenlijst 20



les 1 Soorten winkels



Leerdoelen

- Je kunt verschillende winkelvormen in de groene sector opnoemen.
- Je kunt uitleggen wat een winkelformule is.
- Je kunt kenmerken van winkelformules herkennen. (kb)

In welke winkel kom jij graag? Wat zorgt ervoor dat je daar graag komt? Een winkelier wil dat klanten zich thuis voelen in de winkel. Dat gaat niet zomaar. Voordat iemand een winkel begint, denkt hij of zij goed na over hoe de winkel eruit moet komen te zien.

Wat koop je waar?

Voordat een **ondernemer** een winkel start bedenkt hij het concept. Hierin staat welke producten hij wil verkopen en hoeveel ruimte hij daarvoor nodig heeft. Hij bedenkt op welke manier hij de producten wil verkopen: de **winkelvorm**. Een winkelvorm is een opzet voor een winkel in grote lijnen. Producten uit de groene sector worden in verschillende winkelvormen verkocht. Een appel kun je bijvoorbeeld kopen in de supermarkt, maar ook bij een boerderijwinkel, op een markt of bij een groente- en fruitspeciaalzaak. De winkelvormen die in de groene sector het meest voorkomen zijn: een boerderijwinkel, de markt, een speciaalzaak, een tuincentrum en een webshop.



Bron 1 *Busje bloemen*

Voel je thuis in de winkel

De winkelvorm wordt uitgewerkt in een **winkelformule**. Dat is een manier om de winkel in te richten en de producten te presenteren. Ook het geven van productinformatie aan de klant en de presentatie van acties en aanbiedingen hoort bij de winkelformule. Veel winkels hebben een huisstijl en een logo. Door muziek, geur en verlichting kan de winkelier de win-

winkelvorm	omschrijving	plaats	producten
boerderijwinkel	verkoopt producten van de eigen boerderij	meestal bij een boerderij	zuivel, vlees, groente, fruit, eieren, brood, jam, stroop, honing, sap, bier, wijn, mosterd
markt	producten worden in marktkraampjes verkocht	op een openbare plek in dorp of stad	stoffen, vis, groente, fruit, bloemen, planten, brood, noten, kaas, eieren
speciaalzaak	verkoopt een paar soorten producten die bij elkaar passen	kan overal zijn	vlees, groente en fruit, zuivel, accessoires, bloemen, planten, dieren en dierbenodigdheden, superfoods
tuincentrum	grote winkel met diverse tuinproducten, vaak onderdeel van een winkelketen	vaak buiten het centrum, met parkeergelegenheid	bomen, tuinplanten, kamerplanten, bloemen, tuingereedschap, tuinaarde, tuinmeubels, bestrijdingsmiddelen, meststoffen, stenen, hout, vazen, bloempotten, kaarsen, kerstartikelen
webshop	online	online, vaak in combinatie met een winkel	kleding, boeken, huishoudelijke producten, eten, vakanties, bloemen

Bron 2

kel een bepaalde sfeer geven. De **sfeer** geeft mensen een bepaald gevoel voor de winkel. Elke winkel heeft zijn eigen **imago**. Dit is het beeld dat mensen hebben van de winkel. De onderdelen van de winkelformule bepalen of klanten zich thuis voelen in een winkel.



Bron 3 *Ook op bedrijfsauto's zie je de winkelformule terug.*

Dezelfde winkelformule

Veel winkels horen bij een **winkelketen**. Dit is een verzameling winkels van een groot bedrijf. De vestigingen hebben allemaal dezelfde winkelformule. Voorbeelden van winkelketens zijn: Intratuin, GroenRijk, Pets Place, Zuivelhoeve, Welkoop en Albert Heijn. Ondernemers van een winkelketen hebben geen invloed op de winkelformule van hun eigen winkel. De producten en materialen worden gezamenlijk ingekocht. Alle winkels van een winkelketen hebben dezelfde kleuren, kleding en aanbiedingen. Kleine bloemenwinkels horen vaak niet bij een winkelketen en hebben een eigen winkelformule.



Bron 4 *Intratuin is een winkelketen met een webshop.*



Bron 5 *Deze bloemenwinkel hoort niet bij een winkelketen.*

Wat is de doelgroep?

Bij het bepalen van de winkelformule kijk je ook naar wat je doelgroep is. Een **doelgroep** is een groep klanten met dezelfde kenmerken. Een winkel onderzoekt wat de wensen van de doelgroep zijn en probeert die wensen te vervullen. Op die manier hoopt de winkelier dat de klant vaak iets bij hem koopt. Dit noemen we **klantenbinding**. Kijk naar het assortiment van een winkel en de prijs van de producten. Dan weet je ook wat de doelgroep is. Het **assortiment** is een verzameling van producten die een winkel te koop aanbiedt. Bijvoorbeeld: de doelgroep van een scooterwinkel bestaat vooral uit jongeren tussen 16 en 20 jaar en hun ouders. De doelgroep van een dierenwinkel zijn mensen die een huisdier hebben of willen kopen. Een winkel met dure producten heeft een andere doelgroep dan een winkel met goedkope producten. Niet iedereen heeft immers geld genoeg om dure producten te kopen.

feit!

In 2018 waren er in Nederland 22.000 webwinkels. We kochten voor bijna 13 miljard euro aan spullen. Kleding wordt het meeste gekocht online: 57% van alle aankopen.

les 2 Een duurzaam assortiment



Leerdoelen

- **Je kunt uitleggen wat een assortiment is.**
- **Je kunt uitleggen wat duurzame producten zijn.**
- **Je kunt uitleggen wat duurzaam ondernemen is.**

Drink jij het liefst Coca-Cola of vind je het huismerk van Lidl ook lekker? Koop je vaak biologisch vlees of let je daar niet op? De ondernemer beslist welke producten hij verkoopt in zijn winkel. Hij houdt natuurlijk rekening met de wensen van de klanten. Welke merken kiest hij? En hoe belangrijk is duurzaamheid?

Bron 1 *Keuringsdienst van Waarde: Fair Trade bloemen*

Wat is er te koop?

Een **productgroep** is een groep producten die op elkaar lijken of bij elkaar horen, bijvoorbeeld bloemen, groente of brood. Een winkel verkoopt een of meerdere productgroepen. Hoe meer verschillende productgroepen een winkel heeft, hoe breder het assortiment is. Een voorbeeld van een winkel met een breed assortiment is de HEMA. Hier is van alles te krijgen op het gebied van kleding, voedingsmiddelen, huisinrichting en cosmetica. Een winkel met een smal assortiment specialiseert zich in een of een paar productgroepen, zoals een bloemenspeciaalzaak of een bakkerij. Een speciaalzaak heeft vaak een diep assortiment. Dat wil zeggen dat de winkel veel verschillende soorten van hetzelfde product verkoopt.

Wat is een goed merk?

Een winkel kan producten van A-merken en B-merken in het assortiment hebben.

Een **A-merk** is een merk dat heel veel mensen kennen. Voor A-merken wordt vaak reclame gemaakt om het nog bekender te maken. A-merken worden in veel verschillende winkels verkocht. Een voorbeeld van een A-merk is cola van Coca-Cola.

Een **B-merk** is een merk dat minder bekend is, bijvoorbeeld een huismerk. Een B-merk is vaak goedkoper dan een A-merk, terwijl de kwaliteit vaak net zo goed is. B-merken worden in weinig verschillende winkels verkocht. Een voorbeeld van een B-merk is cola van het huismerk van de Lidl.



Bron 2 *Een kaasspeciaalzaak*

Duurzame producten

De meeste mensen zijn zuinig op de aarde. Jij ook? Veel winkels kiezen ervoor om duurzame producten te verkopen. Bij de productie van duurzame producten wordt voorzichtig omgegaan met de mens, het milieu en de economie. Er wordt niets kapotgemaakt op de aarde. **Duurzaamheid** is dus milieuvriendelijk. Er zijn twee soorten duurzame producten:

- Een soort gaat lang mee en kan hergebruikt worden. Een voorbeeld is een herbruikbaar waterflesje, zoals een dopper. Dat is duurzamer dan een plastic flesje dat je een keer gebruikt en daarna weggooit.
- De andere soort gaat niet lang mee, want het breekt af in de natuur. Een voorbeeld is een biologisch afbreekbare verpakking. Deze is gemaakt van natuurlijk materiaal dat vanzelf oplost. En dat is beter voor het milieu dan een plastic verpakking.

Goedgekeurd!

Wil je zeker weten dat een product aan bepaalde eisen voldoet? Kijk dan of het een keurmerk heeft. Een **keurmerk** is een bewijs dat een product goedgekeurd is en aan bepaalde eisen voldoet. Er zijn bijvoorbeeld keurmerken voor duurzame producten. Een keurmerk herken je aan een logo op de verpakking. Onafhankelijk organisaties controleren regelmatig of het product nog voldoet aan de eisen van het keurmerk.

Duurzaam ondernemen

Veel winkeliers in de groene sector letten op duurzaamheid. Daarmee kunnen ze klanten binden. Er zijn verschillende manieren om duurzaam te ondernemen, zoals:

- Producten in de buurt inkopen. Dan wordt er minder brandstof gebruikt, waardoor de CO_2-uitstoot vermindert.
- Afval apart verzamelen, zodat het gerecycled kan worden.
- Afbreekbare potten gebruiken. Hierdoor is er minder afval en gaan de grondstoffen terug naar de aarde.
- Duurzaam FSC-hout verkopen. Voor iedere boom die gekapt is, wordt er een terug geplaatst.
- Biologisch geteelde bloemen, planten en voedingsmiddelen verkopen.
- De winkel isoleren met dubbele beglazing en een geïsoleerd dak.
- Producten verkopen die volgens eerlijke handel zijn verkregen.



Bron 3 *Duurzame keurmerken*

