

## **PROGRAMMA VAN EISEN AAN DE BEHEERSING VAN HET VERSTAAN en SPREKEN VAN DUIJS voor de VERKOPER IN DE RETAIL**

### **Aanleiding**

INretail heeft in samenwerking met Stichting KCH bijgaand *Programma van Eisen* ontwikkeld voor de beheersing van Duits door de verkoopmedewerker in de retail. Vastgesteld is dat beheersing van de Duitse taal door een medewerker meerwaarde heeft om een bedrijf meer succesvol te laten zijn.

Onderstaande is een opsomming van de minimale eisen die een werkgever in de retail stelt aan zijn medewerkers in de rol van verkoper ten aanzien van het verstaan van en het spreken in het Duits. Het zijn eisen waaraan voldaan moet worden voor een optimale uitoefening van de functie: beroepsgericht Duits.

Het programma van eisen kan gebruikt worden bij het aanbieden van Duits tijdens de beroepsopleiding of bij de opdrachtverlening door een werkgever aan een docent/trainer Duits voor het trainen van zijn medewerkers.

INretail en Stichting KCH stellen voor om, uitgaande van dit document, een servicedocument *beroepsgericht Duits* te maken dat gebruikt kan worden door opleidingen en bedrijfsleven.

### **Analyse**

Na een zorgvuldige analyse is gebleken dat kennis van en vaardig zijn in het Duits van belang zijn bij het directe contact met de klant. Concreet betekent dit, dat naast kennis van en begrip voor de Duitse cultuur, de vaardigheid *het voeren van gesprekken* en *het Duits van de klanten begrijpen* van meerwaarde zijn in de winkel. Beheersing van de vaardigheden *lezen* en *schrijven* blijken van beperkt belang te zijn.

De analyse leverde ook nadere informatie op over de aard en het niveau van de gewenste beheersing van de twee vaardigheden. Informatie die van wezenlijk belang is voor de aanpak van de training aan medewerkers in de winkel:

- De medewerker durft het gesprek aan te gaan, zodat de Duitse klant ervaart dat de medewerker gemotiveerd is om met de klant te willen communiceren.
- De medewerker is zich nadrukkelijk bewust van de culturele verschillen tussen Nederlanders en Duitsers en de consequenties daarvan voor het contact in de beroepscontext.
- De medewerker kan eenvoudige zinsconstructies toepassen.
- De medewerker beschikt over voldoende woordenschat in de betreffende beroepscontext om een eenvoudige dialoog te kunnen voeren.
- Correct gebruik van naamvallen en vervoegingen door een medewerker in gesprek met een Duitse klant is *geen* vereiste. Duitse klanten hechten in deze situaties geen belang aan het correct toepassen van de Duitse grammatica. Dit hoeft dus ook geen onderdeel uit te maken van de training.

De scholing om deze doelen te bereiken kenmerkt zich door het volgende:

- De student of medewerker leert de communicatie met de Duitse klant op gang te brengen in het Duits binnen de specifieke beroepscontext met hulp van deze Duitse klant. De student of medewerker leert zó te communiceren, dat hij hulp vraagt van de Duitse klant om zijn communicatiedoel te halen;
- Een student of medewerker leert vaardigheden toe te passen om zijn communicatiedoel te halen. Het gaat niet om het perfect Duits leren spreken, maar om het realiseren van vaardigheden in de specifieke beroepscontext van de medewerker. Te denken valt aan:
  - De medewerker heet de klant welkom;
  - De medewerker inventariseert de wens van de klant;
  - De medewerker geeft de klant informatie en advies over een product;
  - De medewerker kan de aankoop afrekenen.

## **Uitwerking van de vaardigheden *verstaan en spreken***

**Verstaan** - een verkoper kan klanten verstaan:

1. Begrijpt een uiting van een klant bij een inleidend gesprek;
2. Begrijpt een klant die zegt specifieke artikelen te zoeken;
3. Begrijpt een klant die zich uitspreekt over specifieke wensen en behoeftes;
4. Begrijpt de reactie van een klant nadat hem/haar specifieke artikelen zijn aangeboden;
5. Begrijpt de nadere productinformatie die de klant vraagt;
6. Begrijpt een vraag van een klant over de hoogte van de prijs van het betreffende product;
7. Begrijpt de uitingen van een klant nadat hij is geweest op geldende gedragsregels;
8. Begrijpt de uitingen van een klant nadat deze heeft gehoord van de actie die ondernomen moet gaan worden;
9. Bovenstaande geldt ook voor telefoongesprekken.

**Spreken** - een verkoper kan de klant aanspreken:

1. Kan een klant begroeten en welkom heten passend bij de leeftijd van de klant en het winkelsegment;
2. Kan een gesprek op gang brengen en vragen naar de wens van de klant;
3. Kan de vragen van de klant beantwoorden en gebruikt daarvoor kennis van de producten van de winkel en de locatie van de producten;
4. Kan de werking en het gebruik van producten toelichten tijdens een demonstratie;
5. Kan aanvullende informatie en advies geven over producten;
6. Kan andere producten/productgroepen ter sprake brengen evenals alternatieven
7. Kan in het geval van een bestelling/aankoop het 'hoe' en het 'wat' van de bestelling/aankoop verwoorden in heldere afspraken;
8. Kan dit ook met betrekking tot voorwaarden en service;
9. Kan een rekening toelichten;
10. Kan een aankoop afrekenen;
11. Kan een gesprek afronden en afscheid nemen en kan daarbij eventueel naar tevredenheid vragen;
12. Kan de klant aanspreken bij foutief gedrag;
13. Kan zich begripvol uiten in geval van klachten van klanten en kan de klachten afhandelen;
14. Kan een klant telefonisch te woord staan.

