

# **Dekorator / visual merchandiser**

*ordbog over begreber i uddannelsen*

*Juli 2012*

Udgivet af Det faglige Udvalg for Detailhandelsuddannelser  
Vesterbrogade 6 D, 4.sal, 1620 København V  
tlf.: 33 36 66 00 ♦ e-mail: [detail@uddannelsesnaevnet](mailto:detail@uddannelsesnaevnet)

## Læsevejledning.

Ordbogen indeholder en forklaring på praktikmålene, samt eksempler indholdet i praktikmålene. Ordbogen er tænkt som en vejledning til virksomheder, når godkendesskemaet skal udfyldes. Virksomheder, der søger godkendelse, skal ikke nødvendigvis kunne oplære i alle ordbogens eksempler.

## Målniveauer i uddannelsen

Praktikstedet skal sætte mål for oplæringen og der arbejdes med 3 niveauer på alle områder. Niveauerne bygger ovenpå hinanden. Når man kan beherske en opgave selvstændigt, har man på et eller andet tidspunkt kendt til opgaven og har kunnet løse den sammen med andre.

Niveauerne bruges både i skolen og i praktikken og defineres således:

<p><i>Kende- eller Begynderniveau.</i> Eleven kan løse en opgave og udføre en aktivitet i en kendt situation eller ud fra en kendt problemstilling eller kan udføre en mere kompliceret aktivitet under vejledning. På dette niveau lægges der vægt på følgende <i>personlige kvalifikationer</i>: Evne til at sætte sig ind i uddannelsens fundamentale kundskabs- og færdighedsområder og til at udvikle ansvarlighed samt grundlag for fortsat læring. På begynderniveauet grundlægges ligeledes selvstændighed i opgaveløsning.</p>
<p><i>Kunne- eller Rutineniveau.</i> Eleven kan planlægge og gennemføre en opgave/aktivitet eller løse et problem i rutine- og/eller kendte situationer og omgivelser - alene og i samarbejde med andre. På dette niveau lægges der vægt på følgende <i>personlige kvalifikationer</i>: Evne til selvstændigt at sætte sig ind i mere komplicerede problemstillinger og til at kommunikere med andre om løsningen heraf. Yderligere lægges der vægt på fleksibilitet og omstillingsevne.</p>
<p><i>Beherske- eller Avanceret niveau.</i> Eleven kan vurdere et problem, kan planlægge, løse og gennemføre en opgave/aktivitet eller løse et problem også i ikke-rutine situationer – alene og i samarbejde med andre – under hensyntagen til opgavens art. På dette niveau lægges der vægt på følgende <i>personlige kvalifikationer</i>: Evne til at tage selvstændigt ansvar og vise initiativ til selv at formulere og løse faglige og samarbejds-mæssige opgaver og problemer. Yderligere lægges der vægt på kvalitetssans og kreativitet.</p>

## Hvem er de oplæringsansvarlige?

Faglærte dekoratører eller tillærte med minimum 4 års anciennitet inden for dekoration, der er til rådighed for eleven, er *kvalificerede* til at varetage den faglige oplæring af en elev eller dele af oplæringen i et uddannelsesforløb. Disse medarbejdere kaldes *de oplæringsansvarlige*.

Butikken eller kæden skal ved udfyldelse af praktikplanen angive, hvem der er oplæringsansvarlig for de enkelte arbejdsområder. Praktikplanen skal være udarbejdet inden prøvetiden på 3 måneder udløber.

## Den oplæringsansvarliges tilstedeværelse

Den oplæringsansvarlige skal ikke nødvendigvis være fysisk til stede i elevens **fulde** arbejdstid, men skal være til rådighed, således at eleven kan blive sat ind i nye opgaver, har lejlighed til at stille spørgsmål og kan få tilbagemelding på udførte opgaver.

Den oplæringsansvarlige må ikke være fraværende i længerevarende, planlagte perioder uden at oplæringsansvaret overdrages til en anden oplæringsansvarlig. Denne skal også være kvalificeret, dvs. være faglært eller have minimum 4 års anciennitet inden for dekoration. Ved ferie, barsel og længerevarende efteruddannelse af den oplæringsansvarlige skal butikken altså planlægge, hvem der har ansvaret for oplæring af eleven.

Kravet om tilstedeværelse i elevens arbejdstid forandres under uddannelsesforløbet, da eleven skal uddannes mod større og større grad af selvstændighed. Eleven kan arbejde alene i perioder med en selvstændig opgave i uddannelsens sidste år, hvor den oplæringsansvarlige er til rådighed for spørgsmål og tilbagemelding.

Der er særlige krav til de oplæringsansvarlige og den uddannelsesansvarlige i den periode hvor eleven gennemfører fagprøveprojekt. Her bør alle støtte eleven og være til rådighed med oplysninger og opmærksomhed uden at "overtage" elevens projekt.

### **Hvem er den uddannelsesansvarlige?**

Den uddannelsesansvarlige har det juridiske ansvar for, at praktikreglerne overholdes, og at eleven tilmeldes erhvervsskolen. Den uddannelsesansvarlige er som regel butikkens eller kædens ledelse. Der kan være sammenfald mellem oplæringsansvarlig og uddannelsesansvarlig, fx i en mindre butik.

I en kæde kan der være flere personer involveret i elevernes uddannelse: Der er en uddannelsesansvarlig, som har det juridiske ansvar, men ansvaret for den praktiske gennemførelse af eleven/elevernes uddannelsesforløb og skoletilmelding kan være delegeret til kædebutikkernes daglige leder. Derudover kan der være en eller flere oplæringsansvarlige på de faglige områder. Nogle kæder har valgt også at have en kontaktperson i kæden, som tager sig af den mere personlige og sociale kontakt og som gennemfører elevsamtaler.

## Introduktion til butikken

**Eleven skal beherske:**

### 1. Regler ved og forholdsregler mod butikstyveri

- \* butikkens forebyggende indsats samt de økonomiske konsekvenser af tyveri af varer
- \* hvilke varer eller varegrupper er mest populære hos tyve
- \* hvorledes man skal holde øje med mulige butikstyre/forhindre tyveri
- \* hvorledes selve pågribelsen og den videre behandling af butikstyvene bør ske

### 2. Regler for arbejdsmiljø

- \* det kan både dreje sig om lovgivningen samt butikkens egne regler. Eksempler på forhold er klimaet på arbejdsstedet, hvor meget man må løfte, om der er træk, risiko for slitage ved rutinebevægelser og det psykiske arbejdsmiljø (omgangstonen)

### 3. Ergonomi og forebyggelse af arbejdsskader

- \* omhandler arbejdsstillinger og arbejdsrutiner. Gennemgang af de typiske arbejdssituationer med fokus på uhensigtsmæssige og hensigtsmæssige arbejdsstillinger og rutiner. Rutinepræget arbejde så som at sidde i kasselinie eller prismærke store mængder varer er specielt vigtige at gennemgå

### 4. Personaleregler og -politik

- \* her er der både tale om de officielle regler vedr. fx ferie og sygdom og butikkens egne regler, der supplerer de førnævnte officielle regler. Sidstnævnte kan fx omhandle personalets ydre fremtoning, personalekøb, bestemmelse af ferietidspunkt og pauser

## Koncept.

**Eleven skal kende:**

### 5. Butikkens målgrupper, kundegrundlag og konkurrenter

- \* *målgruppe*: Hvilke typer forbrugere henvender butikken sig til? Typerne fremkommer ved en beskrivelse af målgruppen fx ved hjælp af kriterierne: Alder, køn, interesser, deres holdninger til forskellige ting, indkomst, børn, beskæftigelse, bopæl mm. Målgruppen er dem, butikken ønsker at handle med – henvender sig til. Kunderne er dem, der handler i butikken.
- \* *kundeunderlag*: Fra hvilket geografisk område kan butikken med rimelighed forvente at kunne tiltrække kunder, og dermed fra hvilket område kommer målgruppen fra? Der kan fx være tale om en bydel, en by med opland eller en hel landsdel. Kundeunderlaget opgøres i antal mennesker, husstande eller samlet efterspørgsel i kr.
- \* *konkurrenter*: Først og fremmest de butikker i lokalområdet, der sælger de samme varetyper, og dermed henvender sig til samme målgruppe. Eleverne skal kende disse konkurrenters stærke og svage sider i forhold til egen butik.

### 6. Konceptet og konceptstyring

- \* konceptet er det, der skaber sammenhængen mellem butikkens profil og målgruppens image af butikken
- \* butikkens regler for driften altså regler for, hvorledes man arbejder med fx butikkens layout, dekoration, prisen, sortimentet, emballagen, service, kvalitet, det personlige salg og reklamen
- \* hvorledes butikken sørger for at kontrollere, at reglerne overholdes

## Koncept

**Eleven skal kende:**

### 7. Varesortimentet

\* regler og hensigt bag sammensætningen af det vareudbud, som butikken har valgt for at tiltrække kunder

### 8. Principper for sortimentsudvikling

\* butikkens udvikling af sammensætningen af de varer, som butikken indeholder, og hvorledes der indhentes og registreres informationer om forandringer i sortimentet i butikken

## Salg

**Eleven skal kende:**

### 9. Praxis for kundebetjening og -vejledning

\* butikkens fastlagte regler og praksis for kundebetjening og -vejledning, herunder afdækning af kundens behov både ved personligt og telefonisk henvendelse

**Eleven skal kunne løse opgaver indenfor:**

### 10. Serviceydelser og garantiordninger

\* butikkens synlige og usynlige service over for kunder og de ydelser, der normalt er indeholdt sammen med garantiordninger i forbindelse med salg af varer og servicering af kunden

### 11. Reklamationsret og -behandling

\* hvilke reklamerregler har butikken i forbindelse med en kunde, der vender tilbage til butikken med sin købte vare, hvor kunden ønsker yderligere rådgivning, vejledning eller service i forbindelse med købet af eller brugen af varen

### 12. Indretning af salgsareal med inventar

\* hvilket inventar kan anvendes til præsentation af butikkens varer og til at understøtte butiksprofilen

\* inventarets evne til at "styre" kundernes gang/kundestrømmen gennem butikken

\* de anvendte inventartypers evne til at præsentere det faste sortiment/grundsortimentet, nyheder og tilbuds- eller aktivitetsvarer

\* vedligeholdelse, opbevaring og genanvendelse af inventar

### 13. Viden om kundestrøm

\* hensigtsmæssig indretning og fordeling af butikkens areal med udgangspunkt i kundestrøm og butikkens koncept

\* hvor meget de enkelte afdelinger eller varegrupper må optage af plads og deres indbyrdes placering. Sidstnævntes betydning for, hvorledes kunderne bevæger sig rundt i butikken og dermed bliver arealdisponeringen en slags huskeseddel for kunden

\* hvor og i hvilket omfang, der skal afsættes plads til salgsudstillinger, tilbudstorve, prøverum, montre, reoler, demonstrationer, kasselinie/kassedisk m.m.

\* krav til friarealernes størrelse, betydning og placering.

## Salg

Eleven skal *beherske* opgaver indenfor:

### 14. Visuelle præsentationsteknikker i salgsarealet

- \* forskellige former for varepræsentationer i butikken, på fortov, i vinduer og på forpladser. Udgangspunktet er butiksprofil, varetype, varemængde og prisniveau
- \* forskellige eksponeringsformer, fx masse og styrteksponeering, således at butikken til enhver tid fremstår veltrimmet og klar til optimalt salg
- \* varepræsentationerne udformes med henblik på at øge såvel omsætning og indtjening

### 15. Salgsfremmende aktiviteter og mersalg

- \* formålet med og værdien af salgsfremmende aktiviteter, samt hvad der kan inspirere til aktiviteter. Det kan fx være; byfest, fødselsdag, årstiderne, modeskift, højtider eller TV-udsendelser
- \* hvilke varer kan skabe mersalg. Aktiviteterne kan være på tværs af varegrupper og afdelinger i butikken

### 16. Lyssætning i forbindelse med visuelle opgaver

- \* indretning og etablering af visuelle effekter
- \* anvendelse af forskellige former for lys og lyssætningsteknik for at skabe særlige effekter i varepræsentationen - dels som salgsfremmende foranstaltning og dels som bidrag til butikslokalets samlede layout
- \* branchespecifik betydning fx lys over kødboks, spot på gine eller anvendelse af halogen belysning
- \* belysningens evne til at styre kundernes øjne i en given retning enten hen mod noget eller væk fra noget
- \* bidrager til butikkens miljø, skaber oplevelser og fastholder butikkens profil

### 17. Brug af farver og farvesystemer

- \* brug af farver og farvesystemer i dekoration og varepræsentation
- \* hvordan man skaber effekt med farvevalg
- \* hvorledes man kan anvende varernes og inventarets farver til at forbedre varepræsentationen og dermed øger mulighederne for salg
- \* bidrager til butikkens miljø, skaber oplevelser og skal tiltrække den ønskede målgruppe

### 18. Kommunikation med kunder

- \* kommunikation med kunder (aftagere af dekorationen) med udgangspunkt i kundens ønsker og behov
- \* argumentere for egne valg i forbindelse med udformning og materialevalg – også gerne indtjening og omsætning

## Branche og Produkt

Eleven skal *kende*:

### 19. Butikkens grundsortiment og sortimentssammensætning

- \* Eleven skal kende butikkens grundsortiment og metoder til sortimentssammensætning, og skal kunne anvende denne viden i forbindelse med dekorationsopgaver, sæson og mærkedage i butikken
- \* vide hvor/hvordan der findes information om, hvordan en vare behandles og anvendes korrekt med henblik på at vejlede butikkens kunder (personer som handler i butikken)

## Branche og Produkt

**Eleven skal *kunne* løse opgaver inden for:**

### **20. Idéudvikling**

- \* deltagelse i relevante eller tidstypiske besøg, udstillinger og messer
- \* bevidsthed om at finde og søge nye inspirationskilder
- \* inspiration og idéer skal være med til at fastholde butikkens profil, idé og koncept
- \* inspirationen skal være fundament for idéudvikling og idémodning
- \* visualisering og salg af idé til kunden, som er aftageren af dekoratørens arbejde

### **21. Materialedisponering**

- \* udvælgelse af, hvilke materialer, der kan eller skal anvendes og indkøbes i forbindelse med varepræsentationen og dekorationen

**Eleven skal *beherske* opgaver inden for:**

### **22. Visualisering af koncept og profil**

- \* anvende varepræsentation og dekoration til at fremhæve butikkens koncept ud fra idégrundlag, profil og profilelementer

### **23. Vareoplægsteknikker og varebehandling.**

- \* anvendelse af vareoplæg, salgspladsernes evne til at flytte varer (hvilke varer, der skal være hvor i en butik eller i en afdeling) også kaldet planogrammer og baggrunden for disses tilblivelse
- \* hvordan skal de enkelte varer behandles når de præsenteres

### **24. Udvalgelse, fremstilling og anvendelse af dekorationsmaterialer**

- \* udvælge og fremstille dekorationsmaterialer, der falder i tråd med butikkens koncept og budget i forbindelse med dekorative opgaver

### **25. Brug af værktøjer og hjælpemidler**

- \* brug af de korrekte værktøjer, maskiner og hjælpemidler i dekorationen
- \* brug af alle nødvendige sikkerhedsforskrifter

### **26. Skiltefremstilling og brug af skilte**

- \* skiltning i butikken herunder fremstilling af skilte, således at butikkens koncept afspejles heri
- \* hvilke skiltetyper der anvendes, og hvorfor skilte anvendes samt sammenhængen til anden informationsstrøm i butikken, fx brochuremateriale til kunderne om varekvaliteter eller finansieringstilbud
- \* kravene til skiltens tekst i henhold til lovgivning og egne regler
- \* skiltens tekst, farver, skrifttype og anvendelse af logo m.m.
- \* skiltens antal og kvalitet i relation til overskuelighed i butikslokalet, vinduet samt profilen generelt

## Drift

### Eleven skal *kende*:

#### 27. Nøgletal herunder salgsdata

- \* hvordan skal eleven agere eller forholde sig i forhold til de informationer, som butikken indsamler omkring salget i butikken
- \* hvilke data holder butikken løbende øje med? Og hvilke nøgletal bliver der udarbejdet? Det kan fx være omsætningshastigheden af varerne i butikken, bruttofortjenesten inden for forskellige kategorier af varer, salg pr. m2, salg pr. medarbejder, gennemsnitligt salg pr. ekspedition eller svindprocenten
- \* hvilke analyser – fx ved spørgeskema – gennemfører butikken i forhold til kunder, markedsområde eller aktiviteter for at udvikle eller etablere salgsaktiviteter og præsentationer af varerne i butikken
- \* hvor kan der søges oplysninger omkring omsætning, indtjening og andre nøgletal i forhold til en bestemt salgsaktivitet eller varepræsentation
- \* hvilke økonomiske nøgletal skal eleven kende? Det kan fx være nøgletal som lønprocenten, dækningsbidrag i procent og kr., nøgletal til opfølgning af markedsførings- og dekorationsbudgettet

#### 28. Praxis ved budgetlægning og -opfølgning

- \* hvilken procedure har butikken for budgetlægning? Hvad er formålet med at have et budget?
- \* hvordan er praksis omkring budgetopfølgning – hvilke tal følges mest op på – hvor tit – og hvor kan man som elev/medarbejder følge med i butikkens budgetopfyldelse

#### 29. Regnskabspraksis

- \* hvorledes butikkens regnskab er opbygget, herunder hvilke konti der anvendes
- \* hvilke regnskabsmæssige arbejdsopgaver der udføres, hvornår disse udføres og hvem der udfører dem
- \* hvad er regnskabsperioden?

### Eleven skal *kunne løse opgaver inden for*:

#### 30. Intern information, kommunikation og samarbejde

- \* medarbejderne, butiksledelsen og evt. kædeledelse informerer hinanden om forhold vedr. driften eventuelt ved hjælp af informationsteknologi
- \* hvordan man sikrer, at de rette medarbejdere har fået informationerne. Følgende kan indgå:
  - personalesamtaler
  - butikkens informationskanaler, elektroniske eller fx opslagstavlen i frokoststuen
  - hvem er ansvarlig for god information/kommunikation?
  - butikkens indstilling til at give medarbejdere adgang til (alle) informationer
  - holdninger og indstilling til samarbejde og trivsel i butikken

#### 31. Opfølgning af markedsføringen

- \* løse visuelle opgaver i forbindelse med opfølgning af markedsføring
- \* opfølgning af kampagner, annonceringer mm. i butikken, således at butikkens lay-out og indretning er i tråd med markedsføringen
- \* varernes placering fx i forhold til kundestrømmen (A, B og C salgspladser), varer placeres således, at de varer, der har den bedste indtjening, får de bedste salgspladser, salgsudstillinger, sameksponering fx ved brug af forbrugssammenhængige varer, anvendelse af dekorationsmaterialer, diverse prisrettelser, skiltning i butik, rudeplakater, nødvendigt varekundskab, orientering af samlet personale, ophængning af annoncer i butikken og opfølgning på salgsresultater



## Drift

Eleven skal *kunne* løse opgaverne inden for:

### 32. Tids- og aktivitetsplanlægning

\* udarbejdelse af plan for de forskellige aktiviteter, som salgsindsatsen skal indeholde i forbindelse med sæsonaktiviteter eller salgsindsatser for en kortere periode

## Drift

Eleven skal *beherske* opgaverne inden for:

### 33. Budgettering og økonomisk opfølgning af en eller flere givne visuelle opgaver

\* kalkulation, budget og opfølgning på en eller flere afgrænsede visuelle opgaver, som forberedes og gennemføres i butikken

\* træning af overblik og systematik