

Nummer: 2265
Titel: Detailhandel
Kort titel: detail
Status: GOD
Godkendelsesperiode: 12-03-2013 og fremefter

Beskrivelse af jobområdet

Definition af jobområdet

Detailhandel beskæftiger sig med salg af varer til forbrugere (Business to Consumer). Salget foregår typisk i fysiske salgssteder, men i voksende grad også online. Salgsgegenstanden er fysiske produkter og varer, men også den immaterielle værdi af en vare, såsom service og oplevelser tilknyttet varen, er i stigende grad i fokus. De samme forbrugere efterspørger varegrupper, der er 'nemtest og billigst', mens der for andre varegrupper stilles krav om højt serviceniveau og en 'added value' (ekstra værdi) i form af oplevelser eller 'kritisk forbruger'-værdi. Udviklingen i forbrugernes forventninger og indførelsen af nye teknologier forventes at påvirke brancheområdet i de kommende år.

Salgsmedarbejderne inden for jobområdet arbejder primært med salg af varer til kunder. Udover kundekontakten i forbindelse med salg varetager medarbejderne arbejdsopgaver, der kommer forud for og efter kundekontakten, fx varebestilling og vareoptælling. Andre opgaver inden for jobområdet er økonomi og regnskab, markedsføring, varepræsentation og it. Vægtningen mellem salgsarbejdet og andre funktioner inden for jobområdet hænger typisk sammen med arbejdspladsens størrelse og butikkens koncept, organisering og medarbejdersammensætning.

Området omfatter både dagligvarehandel og specialvarehandel samt blomsterbutikker og dekوراتionsområdet. Tekstilområdet og fødevareområdet udgør de største vare- og produktgrupper. Til de mindre produkt- og varegrupper hører fx foto og legetøj.

Dansk detailhandel gennemgår en rivende udvikling. Nogle af tendenserne er væksten i nye butikstyper, såsom convenience-butikker og butikker, der er bygget om omkring events, som fx Build-a-bear indenfor legetøjsbranchen, og som er præget af innovation. Dertil kommer brancheglidningen, den øgede fokusering på it, logistik og kædestyring samt internationaliseringen både til og fra Danmark. E-handel og digitalisering har vundet stor udbredelse. Der er kommet større fokus på rådgivning om fx varens oprindelse, miljø og bæredygtighed, mærkning og sundhed samt vigtigheden af at signalere et individuelt udtryk. Historien om varens tilblivelse og transport giver varen ekstra værdi, som skal formidles af detailhandelen og grossisten. Desuden viser forbrugsmønstret, at det skal være nemt at handle (convenience).

Anvendelsen af it-teknologier til optimering og løsning af opgaver bliver stadig mere omfattende. Disse teknologiers øgede anvendelsesområder påvirker indkøb, kundeservice, markedsføring og andre opgaver. Her tænkes særligt på brugen af sociale medier, RFID, Bluetooth og CRM.

Området præges desuden af en opblomstring i iværksætterkulturen. Det omfatter selvstændige, der etablerer butikker, hvor der ikke udelukkende fokuseres på det fysiske varesalg, men i stigende grad på salg af fx egenproduktion kombineret med oplevelser, livsstil og service. Det stiller helt anderledes krav til iværksætternes innovative evner, forståelsen af oplevelsesøkonomi samt forståelsen af det at styre

butikken. Branchen præges af polarisering med udpræget konceptstyring over for iværksætterens innovation og idéudvikling.

Detailhandelen beskæftiger ca. 247.000 medarbejdere svarende til 8,7 % af den samlede beskæftigelse. De ansatte er fordelt på ca. 24.500 virksomheder i ca. 29.300 butikker. Siden midten af 1990'erne har beskæftigelsen såvel som antallet af job været stigende.

Der er mange unge i branchen, hvilket gør, at detailhandelen skiller sig ud fra alle øvrige brancher. 27 % er under 20 år (7 % i andre brancher), og 27 % er mellem 20-29 år (17 % i andre brancher). De mange unge hænger dog sammen med den store andel af deltidsansatte. Detailhandelen er ligeledes kendetegnet ved en hurtig personaleomsætning.

Der er en tendens til flere medarbejdere med anden etnisk baggrund end dansk end i andre brancher (10 % i detailhandelen mod fx 6 % i Handel & Logistik).

De fleste butikker inden for detailhandelen er organiseret i enten frivillige kædesamarbejder eller egentlige kapitalkæder. Mindre, lokalt forankrede, selvstændige og familieejede butikker knytter sig i højere grad til et kædekoncept med varierende tilknytningsgrad.

For varetagelsen af jobbet i branchen er det vigtigt, at medarbejderne mestrer de fem kernekompetencer: Butiksøkonomi, klargøring af butikken, kvalitetssikring af butiksdriften i detailhandel, markedsføring af produkter i detailhandel samt salgsarbejde, kundekontakt og kundeservice i detailhandel. Forholdsvis uafhængigt af branche, butikstype og -størrelse er alle salgsmedarbejderens arbejdsopgaver knyttet til at have høj grad af kontakt med kunderne og til at sikre, at butikken altid er salgsklar - lige fra disponering af varerne til styrkelse af butikkens profil. Alle i butikken skal sikre, at der er sammenhæng mellem butikkens ansigt udadtil (den eksterne markedsføring) og den interne markedsføring i butikken. Det er vigtigt at give kunden en sammenhængende service, også på tværs af afdelinger og evt. kædesystemer, og derfor er samarbejde, kommunikation, teamwork samt fælles planlægning nødvendige discipliner at kunne hånd-tere.

Nogle medarbejdere har også ansvar for oplæring af nye medarbejdere og elever, hvilket indebærer at de kan bruge forskellige instruktions- og coachingteknikker.

Medarbejderne skal også kunne arbejde med egen og andres sikkerhed i butikken. Der kan forekomme krav om certifikat til håndtering af varer, fx gaffeltruckcertifikat.

Endelig arbejder medarbejderne i forskellig grad med økonomiske opgaver svingende fra almindelig kasseopgørelse til budgetlægning, regnskab og svindanalyser.

For alle fem kompetencer gælder det, at de gennemsyrrs af en stærkt stigende it-anvendelse, hvilket stiller store krav til en løbende opdatering af medarbejdernes it-kompetencer.

Typiske arbejdspladser inden for jobområdet

Beskæftigelsen fordeler sig nogenlunde ligeligt mellem specialvarehandelen (51 %) og dagligvarehandelen/varehusene (49 %). En mindre del er beskæftiget som blomsterdekoratører i blomsterbutikker og dekoratører der kan være ansat i detailhandelsvirksomheder eller virksomheder, der udfører dekorationsopgaver bl.a. for detailhandelsvirksomheder. Omkring 1/3 af de ansatte inden for HAKL's målgruppe, som der findes indberettet oplysninger om hos Danmarks Statistik, er beskæftiget på arbejdssteder med 1-9 ansatte. Hovedparten (75 %) er beskæftiget på arbejdssteder med max 50 ansatte.

Arbejdsstederne er mangeartede, fx specialvarebutikker, supermarkeder, discountbutikker, nærbutikker, servicebutikker, nichebutikker og varehuse/stormagasiner og blomsterbutikker. Der ses en stigende grad af polarisering mellem velorganiserede konceptbutikker og individuelle koncepter med krydsende branche. Tendensen går mod færre antal butikker i færre, men større kæder. Kædetilhørsforholdet kan

variere fra løs til stram konceptstyring. Salgsmedarbejderen skal således have en forståelse for, at særligt salgskompetencerne skal anvendes forskelligt.

Butikskæderne vil sætte stadig mere fokus på standardisering i både koncept og service. En større del af funktionerne som fx markedsføring, personaleadministration/udvikling og regnskab udføres centralt, ligesom disponering og indkøb gennemføres via centralt fastlagte systemløsninger. Opgaven for salgsmedarbejderne er at følge op på de centralt fastlagte opgaver i de enkelte afdelinger.

Medarbejderne på arbejdspladserne inden for jobområdet

Detailhandelen er en relativt 'ung' branche, hvor langt de fleste er under 35 år. 54 % af målgruppen er under 29 år. Der er endvidere et overtal af kvinder (58 %)

Målgruppen skiller sig ud fra resten af arbejdsmarkedet ved at have en høj andel (42 %) af beskæftigede med grundskolen som højeste gennemførte uddannelse. Ca. 35 % af målgruppen har en erhvervsfaglig uddannelse. Andelen af faglærte varierer meget inden for brancheområderne. Specialvarehandel kræver inden for nogle vareområder højt specialiserede medarbejdere med stor grad af varekendskab. Nogle brancher fokuserer samtidigt på medarbejdere, der kan arbejde med kvalitetsoplevelser, events og lignende. Andre mere discountprægede butikker fokuserer mest på effektivitet og i mindre grad på den direkte kundekontakt.

Detailhandelen er inden for visse butikstyper kendetegnet ved, at flere og flere medarbejdere har en anden etnisk baggrund end dansk.

Udviklingstendenser i branchen set i forhold til medarbejdersammensætning skaber en række udfordringer for dansk detailhandel og dermed også til de ansattes kompetencer, såsom forretningsforståelse, innovation, iværksætteri og forståelse for CRS. Derudover stilles der krav til medarbejderne om forståelse for optimering af service og oplevelser, internationalisering og kulturforståelse, nye ansættelses- og aflønningsformer og kundeloyalitet. Hertil kommer de mange muligheder for anvendelsen af it i alle arbejdsprocesser. De mange udfordringer, som arbejdsstedet og medarbejdere skal leve op til, kombineret med aktiv kundekontakt kan gøre, at medarbejdere skal kunne håndtere dagligdagen og agere i arbejdssituationer med stressbelastning.

Der bruges mange kræfter på rekruttering og fastholdelse af kvalificerede medarbejdere, og set i lyset af de unges fravalg af branchen og detailhandelens image som mindre attraktivt jobområde forventes arbejdet med personale at blive et særligt indsatsområde i de kommende år. Fastholdelse af medarbejdere, motivering af de unge og den voksende andel af medarbejdere med anden etnisk baggrund end dansk kræver, at medarbejderne er i stand til at planlægge, skabe overblik, tage ansvar samt forstå at samarbejde, træne, motivere og coache hinanden.

Området præges også af selvstændige erhvervsdrivende, hvor indehaveren typisk er den eneste medarbejder i butikken. Her er et særligt kendskab til styringsværktøjer og regnefærdigheder vedrørende driften af en butik en forudsætning.

Arbejdsorganisering på arbejdspladserne inden for jobområdet

Arbejdsorganiseringen i detailhandelen er stærkt differentieret afhængig af butiksstørrelse og -profil, kædetilhørsforhold og branche/vareområde.

I butikker med én eller ganske få ansatte har medarbejderne mulighed for at udføre en bred palet af arbejdsopgaver fra varehåndtering til økonomistyring. Det forudsætter, at medarbejderen har

forretningsforståelse og viden om alle jobområdets funktioner. Jobområdet bærer typisk præg af høj grad af selvstændighed.

I større butikker har medarbejderne mulighed for specialisering i vareområder eller funktioner. Det er karakteristisk, at de ansatte i en relativ ung alder kan få ansvar for et vareområde og således opleve stor selvstændighed inden for 'eget' område. Et vareområde eller en afdeling kan også varetages af et team af ansatte, typisk med en områdeansvarlig eller områdekoordinator, som dermed får ledelsesansvar.

I kædebutikker er mange opgaver inden for indkøb, butiksindretning, rekruttering, økonomi og markedsføring centralt fastlagt. Dette betyder et større fokus på den direkte kundekontakt. Medarbejderne i kædebutikker skal være i stand til at forstå ideen med butikkens profil og koncept og skal kunne følge op på centralt fastsatte salgskampagner.

Arbejdsorganiseringen i de kæder, hvor e-handel anvendes som salgsform, kan betyde, at logistikopgaver bliver lige så centrale som kundebetjening. Andre nye teknologier, som forventes indført inden for de kommende år, vil ligeledes ændre arbejdsorganiseringen.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Butiksøkonomi

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Den butiksøkonomiske kompetence anvendes af de fleste salgsmedarbejdere, primært i forbindelse med vurdering og analyse af relevante nøgletal, fx salgsindeks, bruttoavance, kalkulationer og svind-, nedskrivnings- og lønprocent. Salgsmedarbejderen skal have regnefærdigheder inden for procentregning og nøgletal samt skal kunne se sammenhængen i butikkens økonomi.

Salgsmedarbejderen arbejder med analyse og vurdering af afdelings- eller butiksregnskabet for eget salgsområde og kan arbejde med aktuelle nøgletal og økonomiske afvigelser mellem regnskab og budget. Herunder udarbejde svindkontrol, svindanalyser og gennemføre status for butikkens lager.

Salgsmedarbejderen skal ligeledes kunne vurdere de økonomiske nøgletal i butikken og tage opfølgende initiativer på såvel omsætning som indtjening. Medarbejderen skal i en vis grad kunne udarbejde økonomiske handlingsplaner og medvirke ved effektivisering i eget salgsområde. Salgsmedarbejderen kan udarbejde grundlæggende kalkulationer og foretage relevant prisfastsættelse, herunder vurdere de økonomiske konsekvenser ved tilbud, rabat og lignende på såvel omsætning som indtjening for butikken, lige som salgsmedarbejderen kan foretage budgetlægning og relevant opfølgning på budgettet.

Salgsmedarbejderen kontrollerer fakturaer og følgesedler, og medarbejderen skal desuden kunne arbejde med fejlsøgning på fakturaer.

Salgsmedarbejderen kan foretage kasseopgørelse og kasseafstemning.

De selvstændige, som starter egen butik, har behov for særlige økonomiske kompetencer, hvad angår opstart af virksomhed samt fastsættelse af og opfølgning på nøgletal mm. I forhold til aktiviteter, hvor service og oplevelser indgår i produktet på lige fod med den fysiske vare, er det essentielt at have viden om oplevelsesøkonomi for at kunne prissætte disse produkter.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderne anvender kasseterminalsystemer, salgs- og regnskabsdata og andre nøgletal, som genereres af butikkens it-rapportssystemer, fx ERP-systemer og regneark.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere varetager funktioner inden for kasseterminalbetjening, nøgletal og regnskabsvurdering. Udbredelsen af de mere regnskabstekniske kompetencer kommer an på butikkens struktur.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Klargøring af butikken

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejdernes kompetencer inden for forretningsforståelse og innovation anvendes effektivt i de arbejdsopgaver og rutiner, der sikrer, at butikken er salgsklar og højaktuel - både forud for og efter kontakten med kunderne, lige fra indkøb, disponering, eksponering af varer til vareopfyldning, trimning og opfølgning på dagens salgstal.

Medarbejderen bruger sin viden om kundegrundlaget samt om butikkens profil og koncept til at disponere og indrette salgslokalet, så butikken er 'salgsklar'. Ved hjælp af dekorationer, professionel belysning, farve- og sanseelementer kan medarbejderen skabe en god stemning og give et godt helhedsindtryk af butikslokalet. Salgsmedarbejderen skal kunne arbejde med indirekte salg, herunder arealdisponering og space management i forbindelse med varepræsentation og særlige udstillinger af varer. Salgsmedarbejderen skal desuden kunne sikre optimal skiltning og placering af markedsføringsmaterialer og kundeinformationer i overensstemmelse med butikkens koncept og eventuelle kampagner. Salgsmedarbejderen skal have en god fornemmelse for indretning af butikken og skal kunne præsentere produktgrupper således, at det inspirerer kundegrupper med forskelligt behov. Afhængigt af butikkens størrelse og profil vil salgsmedarbejderen også være involveret i indretning af særlige showrooms. Medarbejderens viden om brancheglidning mobilteknologi og kundedreven innovation skal kunne sikre, at klargøring af butikken og tilhørende arbejdsopgaver og rutiner afspejler butikkens eksterne markedsføring, herunder også sociale medier.

Med udgangspunkt i sin viden om butikkens profil og koncept, varernes aktualitet, holdbarhed og omsætningshastighed sørger salgsmedarbejderen for disponering og genbestilling af varer. Salgsmedarbejderen sikrer, at varerne behandles korrekt i forhold til gældende retningslinjer for varen og butikkens lagerstyringsrutiner samt kontrollerer og registrerer ved varemottagelse. Afhængig af butikkens størrelse og profil skal salgsmedarbejderen også varetage ekspedition og kommunikation med varelager og distributør. I forbindelse med online salg kan opfølgning, opdatering og fejlretning på hjemmesiden indgå i salgsmedarbejderens arbejde.

Teknologi og arbejdsorganisering

Der anvendes elektroniske værktøjer til varepræsentation og varebestilling. RFID-teknologi vinder mere ind i varehåndteringen, lige som de fleste varer vil have påtrykt en QR-kode med relevante informationer. Typisk anvendes virksomhedstilpassede it-systemer, som salgsmedarbejderen skal kunne betjene i forbindelse med automatisk varebestilling, butiksindretning og prisstyring. It-systemer bruges også til indtastning af data, herunder kunde-, salgs- og varedata for bl.a. at generere salgsstatistikker og forslag til salgsfremmende aktiviteter.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere arbejder med effektiv klargøring af butikken, så den fremstår 'salgsklar'.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Kvalitetssikring af butiksdriften i detailhandel

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Kompetencen i kvalitetssikring af butiksdriften i detailhandlen anvendes af alle butikkens medarbejdere for at styrke virksomhedens forretningskoncept og det strategiske arbejde for derigennem at bidrage til vækst og gode kundeoplevelser. Kompetencens udbredelse og vigtighed vokser stærkt, set især i lyset af forholdsvis stor personaleudskiftning.

Salgsmedarbejderen skal kunne arbejde selvstændigt med at planlægge og løse egne arbejdsopgaver, så de er i overensstemmelse med butikkens profil og koncept. I nogle situationer vil medarbejdere, især dem med højere anciennitet, arbejde med planlægning af og deltage i oplæring af nye kolleger og elever, herunder skriftlig og mundtlig instruktion og vejledning, coaching og samtale. Vagt- og teamansvarlige kan have behov for at kunne arbejdsplanlægge i forhold til egen og andre medarbejders arbejdsdag.

Salgsmedarbejderen foretager dagligt planlægning i forhold til butikkens profil og koncept sammen med kolleger med det formål at sikre tydelig sammenhæng i butikkens profil og koncept på tværs af alle afdelinger i butikken. Salgsmedarbejderen skal ligeledes kunne kommunikere den daglige planlægning af profil og koncept til alle medarbejdere i butikken.

Salgsmedarbejderen kan udføre sit daglige arbejde i forhold til diverse sikkerhedskrav, herunder førstehjælp, brand, tyveri og ergonomi samt fysisk og psykisk arbejdsmiljø typisk i stressbelastede situationer. Medarbejderne skal også have kendskab til de arbejdsretslige regler inden for butiksområdet.

Afhængigt af arbejdspladsens størrelse skal salgsmedarbejderen kunne arbejde med interne regler og procedurer og kunne sikre, at der findes og følges op på interne procedurer, herunder procedurer for nøgler, penge, returvarer mm.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderne søger selv informationer på internettet og anvender informationsteknologiske værktøjer til planlægning, oplæring og anden kommunikation i forbindelse med kvalitetssikring af butiksdriften. Der anvendes Supply Chain Management-systemer, ERP-systemer, intranet og lign. Også forskellige andre it-systemer, fx web-løsninger bruges i stigende grad til løsning af interne arbejdsopgaver.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere bidrager til kvalitetssikring af butiksdriften, især medarbejdere, der, afhængig af butikkens størrelse, også varetager funktionen som team- og/eller vagtansvarlig.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Markedsføring af produkter i detailhandel

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Salgsmedarbejderen skal kunne markedsføre produkter og services ved at varetage butikkens udadvendte kommunikation via relevante og udvalgte medier og informationslokaler. Medarbejderen skal have indsigt i, at markedsføringen differentieres i forhold til målgruppe, produkt og medie.

Salgsmedarbejderen skal selvstændigt kunne tage initiativ til at udforme mindre kunde- og markedsanalyser og bruge butikkens elektronisk genererede nøgletal til planlægning og justering af markedsføringsindsatsen. Medarbejderen skal desuden kunne bruge sin viden om butikkens profil, koncept, målgruppe, medier, budskaber og kommunikationsformer for via sit daglige arbejde med markedsføring at signalere dette til kunderne gennem kampagner og andre tiltag.

Ligeledes i forhold til onlinesalg skal medarbejderen kunne tage initiativer i forbindelse med markedsføring og kommunikation og give input til eller deltage i udviklingen af onlinekommunikationen i forbindelse med salg af butikkens produkter. Desuden vil nogle medarbejdere assistere ved kommunikationen og korrespondancen med kunder elektronisk.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderen kan anvende it-databaser til håndtering af analyser og kampagner. Medarbejderen skal også kunne anvende nye teknologier, der genererer relevante oplysninger og dermed give input til de markedsføringsinitiativer, som butikken fører. Medarbejderne kan anvende sociale medier i forbindelse med markedsføringen, fx Facebook, Twitter, Foursquare mv.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere arbejder med markedsføring af butikken i forhold til deres kontakt til kunden. Kompetencens udbredelse og vægtning i jobfunktionen afhænger af butikkens størrelse og profil. Er funktionen centraliseret og udføres af back-office medarbejdere på kædens/butikkens hovedkontor, skal medarbejderne decentralt have viden om og forståelse for markedsføringen og kunne foretage opfølgende initiativer på markedsføringen.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Salgsarbejde, kundekontakt og kundeservice i detailhandel

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Salgskompetencen anvendes ved direkte kundekontakt i butikker og salgs- og serviceenheder. I sit daglige arbejde skal salgsmedarbejderen kunne tiltrække og fastholde kunderne og opfylde deres forventninger til salgsstedet, herunder varetage personligt salg, kundebetjening og reklamationshåndtering.

Medarbejderen skal kunne identificere eller forholde sig til virksomhedens identificerede kundegrupper og tilpasse sin kontakt til kunder derefter. Dette gælder også den indirekte kontakt online.

Medarbejderen skal have indsigt i nye forbrugertrends, fx customizing, hvor kunderne mere eller mindre indgår som en del af salgsprocessen. Medarbejderen skal desuden kende til kundernes øgede krav og forventninger til oplevelser i butikken.

Medarbejderen skal også kunne servicere og vejlede kunderne i forhold til specielle tilbud og skal kunne drage nytte af den markedsføring, der aktuelt gennemføres i butikken. Salgsmedarbejderen skal endvidere kunne vejlede og servicere kunderne i forhold til ansvarlighed, bæredygtighed, sundhed og mærkning.

Medarbejderen skal yde service i overensstemmelse med virksomhedens profil og koncept samt arbejde med godt købmandskab med henblik på gode kundeoplevelser. Medarbejderen skal have et godt varekendskab og kunne demonstrere og montere produkterne. Salgsmedarbejderen skal desuden kunne fastsætte egne salgsmål og vurdere driften/salget inden for eget vareområde.

Med udgangspunkt i virksomhedens kundegrupper skal medarbejderen kunne tilpasse sin kommunikation i forhold til kunder, herunder også i konfliktsituationer, hvilket stiller krav til bevidste kommunikative evner. Medarbejderen skal desuden kunne betjene en kasseterminal ved vareudlevering og klare kundebetjeningen på andre sprog end dansk afhængigt af butikkens geografiske placering. I butikker, der også tilbyder online-services, skal medarbejdere også kunne arbejde med kundevejledning online og telefonisk.

Teknologi og arbejdsorganisering

Online salg giver købere og sælgere en række muligheder, men også en række udfordringer, alt efter hvilken varegruppe, der handles med, fx hvornår et køb reelt er gennemført, forsendelsesvanskeligheder mm. Kommunikationsværktøjer såsom sociale medier, sms, telefon og e-mail kan indgå i butikkens daglige kundekontakt.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere arbejder med kompetencen.