

Commercieel assistent

7de leerjaar
VII-CoAs

BRUSSEL

D/2025/13.758/024

Versie januari 2025

1 Inleiding

De uitrol van de modernisering secundair onderwijs gaat gepaard met een nieuwe generatie leerplannen. Leerplannen geven richting en laten ruimte. Ze faciliteren de inhoudelijke dynamiek en de continuïteit in een school en lerarenteam. Ze garanderen binnen het kader dat door de Vlaamse regering werd vastgelegd voldoende vrijheid voor schoolbesturen om het eigen pedagogisch project vorm te geven vanuit de eigen schoolcontext. Leerplannen zijn ingebed in het vormingsconcept van de katholieke dialoogschool. Ze versterken het eigenaarschap van scholen die d.m.v. eigen beleidskeuzes de vorming van leerlingen gestalte geven. Leerplannen laten ruimte voor het vakinhoudelijk en pedagogisch-didactisch meesterschap van de leraar, maar bieden ondersteuning waar nodig.

1.1 Het leerplanconcept: vijf uitgangspunten

Leerplannen vertrekken vanuit het **vormingsconcept** van de katholieke dialoogschool. Ze laten toe om optimaal aan te sluiten bij het pedagogisch project van de school en de beleidsbeslissingen die de school neemt vanuit haar eigen visie op onderwijs (taalbeleid, evaluatiebeleid, zorgbeleid, ICT-beleid, kwaliteitsontwikkeling, keuze voor vakken en lessen ...).

Leerplannen ondersteunen **kwaliteitsontwikkeling**: het leerplanconcept spoort met kwaliteitsverwachtingen van het Referentiekader onderwijskwaliteit (ROK). Kwaliteitsontwikkeling volgt dan als vanzelfsprekend uit keuzes die de school maakt bij de implementatie van leerplannen.

Leerplannen faciliteren een **gerichte studiekeuze**. De leerplandoelen sluiten aan bij de verwachte competenties van leerlingen in een bepaald structuuronderdeel. De feedback en evaluatie bij de realisatie ervan beïnvloeden op een positieve manier de keuze van leerlingen na elke graad.

Leerplannen gaan uit van de **professionaliteit** van de leraar en het **eigenaarschap** van de school en het lerarenteam. Ze bieden voldoende ruimte voor eigen inhoudelijke keuzes en een eigen didactische aanpak van de leraar, het lerarenteam en de school.

Leerplannen borgen de **samenhang** in de vorming. Die samenhang betreft de verticale samenhang (de plaats van het leerplan in de opbouw van het curriculum) en de horizontale samenhang tussen vakken binnen structuuronderdelen of over structuuronderdelen heen. Op die manier faciliteren en stimuleren de leerplannen leraren om over de vakken heen samen te werken en van elkaar te leren.

1.2 De vormingscirkel – de opdracht van secundair onderwijs

De leerplannen vertrekken vanuit een gedeelde inspiratie die door middel van een vormingscirkel wordt voorgesteld. We 'lezen' de cirkel van buiten naar binnen.

- Een lerarenteam werkt in een katholieke dialoogschool die onderwijs verstrekt vanuit een **specifieke traditie**. Vanuit het eigen pedagogisch project kiezen leraren voor wat voor hen en hun school goed onderwijs is. Ze wijzen leerlingen daarbij de weg en gebruiken daarvoor **wegwijzers**. Die zijn een inspiratiebron voor leraren en zorgen voor een Bijbelse 'drive' in hun onderwijs.



- De kwetsbaarheid van leerlingen ernstig nemen betekent dat elke leerling **belooftevol** is en alle leerkansen verdient. Die leerling is **uniek als persoon** maar ook **verbonden** met de klas, de school en de bredere samenleving. Scholen zijn **gastvrije plaatsen** waar leerlingen en leraren elkaar ontmoeten in diverse contexten. De leraar vormt zijn leerlingen vanuit een **genereuze** attitude, hij geeft om zijn leerlingen en hij houdt van zijn vak. Hij durft af en toe de gebaande paden verlaten en stimuleert de **verbeelding en creativiteit** van leerlingen. Zo zaait hij door zijn onderwijs de kiemen van een hoopvolle, **meer duurzame en meer rechtvaardige wereld**.
- Leraren vormen leerlingen door middel van leerinhouden die we groeperen in negen **vormingscomponenten**. De aaneengesloten cirkel van vormingscomponenten wijst erop dat vorming een geheel is en zich niet in schijfjes laat verdelen. Je kan onmogelijk over taal spreken zonder over cultuur bezig te zijn; wetenschap en techniek hebben een band met economie, wiskunde, geschiedenis ... Dwarsverbindingen doorheen de vakken zijn belangrijk. De vormingscirkel vormt dan ook een dynamisch geheel van elkaar voortdurend beïnvloedende en versterkende componenten.
- Vorming is voor een leraar nooit te herleiden tot een cognitieve overdracht van inhouden. Zijn meesterschap en passie brengt een leraar ertoe om voor iedere leerling de juiste woorden en gebaren te zoeken om **de wereld te ontsluiten**. Hij introduceert leerlingen in de wereld waarvan hij houdt. Een leraar zorgt er bijvoorbeeld voor dat leerlingen kunnen worden gegrepen door de cultuur van het Frans of door het ambacht van een metselaar. Hij initieert leerlingen in een wereld en probeert hen zover te brengen dat ze er hun eigen weg in kunnen vinden.
- Een leraar vormt leerlingen als **individuele leraar**, maar werkt ook binnen **lerarenteams** en binnen een **beleid van de school**.
- De uiteindelijke bedoeling is om **alle leerlingen** kwaliteitsvol te vormen. Leerlingen zijn dan ook het hart van de vormingscirkel, zij zijn het op wie we inzetten. Zij dragen onze hoop mee: de nieuwe generatie die een meer duurzame en meer rechtvaardige wereld zal creëren.



1.3 Ruimte voor leraren(teams) en scholen

De leraar als professional, als meester in zijn vak krijgt vrijheid om samen met zijn collega's vanuit de leerplannen aan de slag te gaan. Hij kan eigen accenten leggen en differentiëren vanuit zijn passie, expertise, het pedagogisch project van de school en de beginsituatie van zijn leerlingen.

De leerplandoelen zijn noch chronologisch, noch hiërarchisch geordend. Ze laten ruimte aan het lerarenteam en de individuele leraar om te bepalen welke leerplandoelen op welk moment worden samengenomen, om didactische werkvormen te kiezen, contexten te bepalen, eigen leerlijnen op te bouwen, vakoverschrijdend te werken, en flexibel om te gaan met een indicatie van onderwijstijd.

1.4 Differentiatie

Om optimale leerkansen te bieden is **differentiëren** van belang in alle leerlingengroepen. Leerlingen voor wie dit leerplan is bestemd, behoren immers wel tot dezelfde doelgroep, maar bevinden zich niet noodzakelijk in dezelfde beginsituatie. Zij hebben een niet te onderschatten – maar soms sterk verschillende – bagage mee vanuit de onderliggende graad, de thuissituatie en vormen van informeel leren.

Het is belangrijk om zicht te krijgen op die aanwezige kennis en vaardigheden en vanuit dat gegeven, soms gedifferentieerd, verder te bouwen. Positief en planmatig omgaan met verschillen tussen leerlingen verhoogt de motivatie, het welbevinden en de leerwinst voor elke leerling.

De leerplannen bieden kansen om te differentiëren door te verdiepen en te verbreden en door de leeromgeving aan te passen. Ze nodigen ook uit om te differentiëren in evaluatie.

Differentiatie door te verdiepen en te verbreden

Sommige leerlingen denken meer conceptueel en abstract. Andere leerlingen komen vanuit een meer concrete benadering sneller tot inzichtelijk denken. Variëren in abstractie spreekt leerlingen aan op hun capaciteiten en daagt hen uit om van daaruit te groeien.

Daarnaast bieden leerplannen kansen om de complexiteit van leerinhouden aan te passen. Dat kan door een complexere situatie te schetsen, een minder ingewikkelde bewerking of handeling voor te stellen, of door meer kennis of vaardigheden aan te bieden om leerlingen uit te dagen.

De ene context kan betekenisvol zijn voor een leerlingengroep, terwijl een andere context dan weer betekenisvoller kan zijn voor een andere leerlingengroep. Leerinhouden in verschillende contexten aanbrenge biedt kansen om leerlingen aan te spreken op hun interesses en daagt hen tegelijk uit om andere interesses te verkennen en zo hun horizon te verruimen.

In 'extra' wenken bij de leerplandoelen en in beperkte mate ook via keuzeleerplandoelen bieden we je inspiratie om te differentiëren door te verdiepen en te verbreden.

Differentiatie door de leeromgeving aan te passen

Doordachte variatie in werkvormen (groepswork, individueel, auditief, visueel, actief ...) vergroot de kans dat leerdoelen worden gerealiseerd door alle leerlingen. Het helpt hen bovendien ontdekken welke manieren van leren en informatie verwerken best bij hen passen.

De ene leerling kan snel of zelfstandig werken, de andere heeft meer tijd of begeleiding nodig. Variëren in de mate van ondersteuning, gericht aanbieden van hulpmiddelen (voorbeeld, schrijfkaders, stappenplannen ...) en meer of minder tijd geven, daagt leerlingen uit op hun niveau en tempo.

Leerlingen op hun niveau en vanuit eigen interesses laten werken kan door te differentiëren in product, bijvoorbeeld door leerlingen te laten kiezen tussen opdrachten die leiden tot verschillende eindproducten.

Het samenstellen van groepen kan een effectieve manier zijn om te differentiëren. Rekening houden met verschil in leerdoelen en leerlingenkenmerken laat leerlingen toe van en met elkaar te leren.

Technologie kan al die vormen van differentiatie ondersteunen. Zo kunnen leerlingen op hun maat werken met digitale leermiddelen zoals educatieve software of online oefenprogramma's.

Differentiatie in evaluatie

Tenslotte laten de leerplannen toe te differentiëren in [evaluatie](#) en feedback. Evalueren is beoordelen om te waarderen, krachtiger te maken en te sturen.

Na de afronding van een lessenreeks of na een langere periode gaan leraren door middel van summatieve evaluatie na waar leerlingen staan. De keuze van een evaluatie- en feedbackvorm is afhankelijk van de vooropgestelde doelen.

Formatieve evaluatie is geïntegreerd in het leerproces en gaat uit van een actieve betrokkenheid van leraar en leerling. Het zet leerlingen aan het denken over hun vorderingen en laat leraren toe om tijdens het leerproces effectieve feedback te geven. Door middel van formatieve evaluatie krijgen leraren een goed zicht op het leerproces van leerlingen zodat ze het verder gericht en waar nodig kunnen bijsturen. Het is



bovendien een rijke bron voor leraren om te reflecteren over de eigen onderwijspraktijk en de eigen pedagogisch-didactische aanpak bij te sturen.

1.5 Opbouw van leerplannen

Elk leerplan is opgebouwd volgens een vaste structuur. Alle onderdelen maken inherent deel uit van het leerplan. Schoolbesturen van Katholiek Onderwijs Vlaanderen die de leerplannen gebruiken, verbinden zich tot de realisatie van het gehele leerplan.

De **inleiding** licht het leerplanconcept toe en gaat dieper in op de visie op vorming, de ruimte voor leraren(teams) en scholen en de mogelijkheden tot differentiatie.

De **situering** geeft aan waarop het leerplan is gebaseerd en beschrijft o.a. de beginsituatie en de plaats in de lessentabel.

In de **pedagogisch-didactische duiding** komen o.a. inbedding in het vormingsconcept, de krachtlijnen, de opbouw en aandachtspunten aan bod.

De **leerplandoelen** zijn helder geformuleerd en geven aan wat van leerlingen wordt verwacht. Waar relevant geeft een opsomming of een afbakening (★) aan wat bij de realisatie van het leerplandoel aan bod moet komen. Ook pop-ups bevatten informatie die noodzakelijk is bij de realisatie van het leerplandoel. De leerplandoelen zijn gebaseerd op de minimumdoelen van de basisvorming, de specifieke minimumdoelen, de doelen die leiden naar een beroepskwalificatie of andere doelen die in regelgeving vastliggen. Indien een leerplandoel verder gaat, vind je een '+' bij het nummer van het leerplandoel. Al die leerplandoelen zijn verplicht te realiseren. In een aantal gevallen zijn keuzedoelen opgenomen; die leerplandoelen zijn weergegeven in een grijze kleur en het nummer van het leerplandoel wordt voorafgegaan door 'K'.

De leerplandoelen zijn ingedeeld in een aantal rubrieken. Bovenaan elke rubriek vind je de relevante minimumdoelen van de basisvorming, de specifieke minimumdoelen, de doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties of andere doelen die in regelgeving vastliggen. Als leraar hoef je je die taal niet eigen te maken. Het volstaat dat je de leerplandoelen realiseert zoals opgenomen in het leerplan. Waar relevant wordt de samenhang met andere leerplannen in dezelfde graad aangegeven, evenals de samenhang met de onderliggende graad.

'Duiding' bij een leerplandoel bevat een noodzakelijke toelichting bij het doel. In pedagogisch-didactische wenken vinden leraren inspiratie om met het leerplandoel aan de slag te gaan. Een wenk 'extra' bij een leerplandoel biedt leraren inspiratie om verder te gaan dan wat het leerplandoel minimaal vraagt.

De **basisuitrusting** geeft aan welke materiële uitrusting is vereist om de leerplandoelen te kunnen realiseren.

Het **glossarium** bevat een overzicht van handelingswerkwoorden die in alle leerplannen van de graad als synoniem van elkaar worden gebruikt of meer toelichting nodig hebben. De **concordantie** geeft aan welke leerplandoelen zijn gerelateerd aan bepaalde minimumdoelen, specifieke minimumdoelen, doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties of andere doelen die in regelgeving vastliggen.

2 Situering

2.1 Beginsituatie

De volgende studierichting in de derde graad is een logische vooropleiding voor de studierichting Commercieel assistent: Onthaal, organisatie en sales.

2.2 Plaats in de lessentabel

Het leerplan is gebaseerd op doelen die leiden naar de beroepskwalificatie Commercieel assistent. Het leerplan is gericht op 20 lessen en is bestemd voor de studierichting Commercieel assistent. De duurtijd van die studierichting bedraagt twee semesters.

Het geheel van de vorming in elke studierichting vind je terug op de [PRO-pagina](#) met alle vakken en leerplannen die gelden per studierichting.

3 Pedagogisch-didactische duiding

3.1 Commercieel assistent en het vormingsconcept

Het leerplan Commercieel assistent is ingebed in het vormingsconcept van de katholieke dialogeschool. In dit leerplan ligt de nadruk op de levensbeschouwelijke, economische, sociale, maatschappelijke en talige vorming.

Levensbeschouwelijke vorming geeft leerlingen de tijd en de ruimte om te zoeken naar wie ze zijn en wat ze zullen worden. Leerlingen maken voortdurend (ethische) keuzes. Vanuit de dialoog met de eigen leefwereld, de diverse samenleving en het christelijk geloof, geven leerlingen hun levensbeschouwelijke identiteit vorm. De zeven wegwijzers bieden hen daarbij inspiratie: uniciteit in verbondenheid, kwetsbaarheid en belofte, gastvrijheid, rechtvaardigheid, duurzaamheid, verbeelding en generositeit.

De bedrijfsgerichte economische vorming richt zich op de ontwikkeling van specifieke competenties zoals de administratieve ondersteuning van het verkoopproces en het adviseren en ondersteunen van klanten bij de aankoop van een product. Die vorming kan niet los gezien worden van onderbouwende competenties waarbij leerlingen respectvol communiceren en constructief in team werken. Vanuit de wegwijzer **duurzaamheid** werken de leerlingen mee aan een ecologische bewustwording in hun school en leerwerkplek.

Maatschappelijke vorming zet leerlingen aan om een meer **gastvrije en rechtvaardige** wereld te creëren waarin ze hun eigen weg en plaats vinden. Leerlingen hebben een ruime interesse in de maatschappij en de actualiteit, die niet tot de eigen leefomgeving blijft beperkt .

Het ontwikkelen van communicatieve en relationele aspecten van vorming is van groot belang voor de professionele beroepsuitoefening. Leerlingen leren op een **generuze** en respectvolle manier omgaan met leidinggevend, collega's en verschillende soorten klanten. Ze leren efficiënt, kwaliteitsvol en klantvriendelijk communiceren, adviseren en begeleiden in alle omstandigheden.

Leerlingen vormen zich tot een uniek professional en werken met oog voor de eigenheid en verscheidenheid van anderen. Zo bouwen ze mee aan een aangename werkomgeving waar ruimte is voor **uniciteit in verbondenheid**.



Communicatie met klanten verloopt steeds meer in digitale omgevingen. In het leerplan worden leerlingen uitgedaagd om (online) communicatieproducten te ontwikkelen waarvoor de **verbeelding** en creativiteit van leerlingen aangesproken wordt.

Uit die vormingscomponenten en wegwijzers zijn de krachtlijnen van het leerplan ontstaan.

3.2 Krachtlijnen

Zinrijk en geïnspireerd

Leerlingen ontwikkelen een eigen kijk op mens, wereld en samenleving vanuit een levensbeschouwelijke inspiratie. Ze worden gevoelig voor wat betekenisvol is. Ze reflecteren over wat in hun eigen leven goed en minder goed loopt. Ze herkennen in concrete of beroepsgerichte ervaringen motieven en argumenten die hen uitnodigen en stimuleren om moreel te handelen. Ze leren openstaan voor de diepere dimensies van het leven en leren. Ze staan ook open voor levensbeschouwelijke keuzes van anderen en gaan daarover in dialoog.

Adviseren en informeren van klanten

Met het oog op weloverwogen koopbeslissingen verstrekken leerlingen nauwkeurige informatie en geven deskundig advies dat aansluit bij specifieke klantbehoeften. Leerlingen leren op een professionele manier omgaan met klanten en communiceren met hen via diverse (online) communicatiekanalen. Ze zetten vakkundig verkooptechnieken in en handelen klantgericht in elke communicatie met klanten.

Marketingcommunicatie en klantrelatiebeheer

Een onderneming wil op lange termijn succesvol blijven en haar doelstellingen bereiken. Daartoe probeert ze sterke, winstgevendende relaties met haar klanten uit te bouwen. De marketingstrategie is de weg waarlangs deze relaties tot stand komen, van daaruit ontwerpt de onderneming de marketingmix om de vraag naar zijn producten te beïnvloeden. Door de digitalisering zetten ondernemingen online marketingtactieken in. Leerlingen gebruiken doelgericht digitale tools en technologieën met het oog op het versterken van klantrelaties en het verhogen van klanttevredenheid. Ze hebben oog voor het vertrouwelijke karakter van klantgegevens en gebruiken ze enkel voor legitieme doeleinden.

Administratieve ondersteuning van het verkoopproces

Leerlingen leren het offerte-ordertraject op een efficiënte en correcte manier uitvoeren en dat kan niet los worden gezien van het verwerven van digitale competenties. Binnen de schoolcontext en op de externe werkplek gaan leerlingen aan de slag met diverse softwaretoepassingen zodat ze zich optimaal kunnen inleven in de rol van een commercieel bediende in een omgeving waar de goederen-, documenten- en informatiestroom in sterke mate gedigitaliseerd zijn.

3.3 Opbouw

- Zinrijk en geïnspireerd
- Professioneel handelen en samenwerken
- Juridische aspecten i.v.m. verkoop- en marketingactiviteiten
- Marketingcommunicatie en klantrelatiebeheer
- Verkopen en service verlenen
- Verkoopadministratie

3.4 Beginsituatie

Vanuit de logische vooropleiding Onthaal, organisatie en sales zijn de volgende leerplanitems in de derde graad al verworven:

- juridische aspecten i.v.m. verkoop- en marketingactiviteiten;
- verkoop en serviceverlening;
- opstellen van verkoopdocumenten;
- administratieve en logistieke ondersteuning van vergaderingen en activiteiten.

Voor leerlingen uit andere vooropleidingen geldt dat die inhoud extra aandacht vergen.

3.5 Aandachtspunten

Pedagogisch-didactische aanpak

Bij het realiseren van dit leerplan is het aangewezen om te vertrekken vanuit concrete voorbeelden die betekenisvol zijn voor leerlingen. Zo vormen reële bedrijfssituaties een leercontext waarbij leerlingen zich betrokken voelen en dat komt het leerproces ten goede.

Het is belangrijk om het leerplan in zijn geheel te beschouwen: verschillende leerplandoelen zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en moeten over de rubrieken worden bekeken en aangepakt. De doelen uit de rubriek 'professioneel handelen en samenwerken' worden best in samenhang gerealiseerd met doelen uit andere rubrieken. In dit leerplan zijn de onderdelen en leerplandoelen niet chronologisch geordend. Als leraar hou je bij het aanbrenge van leerinhouden wel rekening met de beginsituatie: leerlingen die instromen vanuit de studierichting Onthaal, organisatie en sales hebben kennis van juridische aspecten i.v.m. verkoop- en marketingactiviteiten en e-commerce. Daarnaast zijn hebben ze digitale competenties verworven gericht op de administratieve ondersteuning van verkoopactiviteiten en competenties i.v.m. onthaal, verkoop en service na verkoop in een winkelomgeving.

Commercieel assistent en Commerciële organisatie

De studierichting Commercieel assistent bevat net als de studierichting Commerciële organisatie doelen die leiden naar de beroepskwalificatie Commercieel assistent. Een samenwerking of uitwisseling tussen beide lerarenteams kan in functie van kwaliteitszorg een meerwaarde zijn. Bij het gemeenschappelijk uitwerken van lesmateriaal is het belangrijk om oog te hebben voor de verschillen in leerlingenprofiel. De studierichting Commercieel assistent is arbeidsmarktgericht. De studierichting Commerciële organisatie heeft een doorstroomcomponent en bevat leerplandoelen die gebaseerd zijn op specifieke minimumdoelen algemene economie en toegepaste bedrijfswetenschappen en recht. Ook de vakken van de algemene vorming zijn gebaseerd op andere minimumdoelen dan die voor leerlingen in de a-finaliteit.

Communicatieve vaardigheden

In de vakken Frans en Engels ontwikkelen de leerlingen communicatieve vaardigheden. Het is aan te bevelen om te overleggen met de taalleraren over het aanleren van taalgebruikssituaties en taalhandelingen eigen aan het 7de jaar Commercieel assistent.

Digitale vaardigheden

Digitale competenties spelen een belangrijke rol in de studierichting Commercieel assistent: binnen de schoolcontext kunnen leerlingen aan de slag met diverse kantoortoepassingen (bv. rekenblad, tekstverwerker, presentatiesoftware) en softwarepakketten (bv. ERP of CRM-software) zodat ze zich optimaal kunnen inleven in de rol van werknemer in een omgeving waar de goederen-, documenten- en



informatiestroom in sterke mate zijn gedigitaliseerd. Als leraar benut je dan ook optimaal de mogelijkheden om digitale vaardigheden in te oefenen.

Het is belangrijk te waken over de kwaliteit van het leerproces waarbij technologie zinvol en in functie van het leerproces wordt ingezet.

Werkplekieren

Verskillende vormen van werkplekieren kunnen een meerwaarde bieden voor de realisatie van dit leerplan en voor de voorbereiding op een vlotte overstap naar de arbeidsmarkt. Werkplekieren omvat een breed continuüm van leeractiviteiten die gericht zijn op het verwerven van algemene en beroepsgerichte competenties waarbij de arbeidssituatie de leeromgeving is. Het kan onder meer gaan om gesimuleerde werkomgevingen, observatie-activiteiten, praktijklessen op verplaatsing, leerlingstages ... De school heeft de ruimte om een beleid uit te stippelen over welke vormen van werkplekieren een plaats krijgen in de lespraktijk en met welk doel werkplekieren wordt ingezet.

Complementaire leerplannen

Voor het zevende leerjaar zijn complementaire leerplannen ontwikkeld zoals Communicatie en interactie, Maatschappelijke oriëntatie en Ondernemerschap. Voor de vorming van leerlingen kan het een meerwaarde zijn om bij de realisatie van leerplandoelen uit dit leerplan de link te leggen met een of meer aspecten uit de complementaire leerplannen waarvoor de school al dan niet heeft gekozen.

3.6 Leerplanpagina



Wil je als gebruiker van dit leerplan op de hoogte blijven van inspirerend materiaal, achtergrond, professionalisering en lerarennetwerken, surf dan naar de [leerplanpagina](#).

4 Leerplandoelen

4.1 Zinrijk en geïnspireerd

LPD 1 + De leerlingen reflecteren over ethische keuzes.

Wenk: Je kan aandacht hebben voor ethische keuzes die voortvloeien uit de deontologie of plichtenleer. Vanuit casussen reflecteer je met leerlingen over deontologische principes eigen aan commerciële beroepen zoals:

- integriteit en eerlijkheid: aanleveren van waarheidsgetrouwe informatie, vermijden van misleiding en valse beloften, informeren van klanten over risico's en beperkingen van producten, klanten niet onder druk zetten met het oog op weloverwogen koopbeslissingen, respect voor concurrenten en collega's;

- vertrouwelijkheid en privacy: enkel klantgegevens voor legitieme doeleinden, aandacht voor het vertrouwelijke karakter van klantinformatie, respecteren van ethische marketingprincipes (bv. geen misleidende claims in marketingcommunicatie);
- verantwoordelijkheid en zorgvuldigheid: het nemen van eigen verantwoordelijkheid bij het maken van fouten en zoeken naar een eerlijke oplossing;
- belangenconflicten vermijden door zakelijke verplichtingen boven persoonlijke belangen te stellen, klantbehoeften prioriteren boven winstbejag op korte termijn;
- duurzaamheid: duurzame keuzes van de klant.

Wenk: Je kan leerlingen erop wijzen dat een aantal deontologische principes zijn verankerd in regelgeving, zoals consumentenbescherming. Als leerlingen inzicht hebben in die principes kan je hen in gesimuleerde situaties of via casuïstiek ethische keuzes laten duiden.

Wenk: Je kan focussen op vragen of dilemma's waarmee werknemers dagelijks in contact komen. Zowel de omgang met en vragen van collega's, klanten en leidinggevenden kunnen leiden tot ethische vragen die ethische keuzes tot gevolg hebben:

- waarom is loyaliteit aan je werkgever belangrijk?
- hoe ga je om met bepaalde leiderschapstijlen?
- hoe behandel je klanten en collega's met respect en zonder vooroordelen?
- hoe reageer je op situaties van discriminatie of xenofobie?
- waarom is respect voor hiërarchie en organisatiecultuur belangrijk in een professionele context?

Wenk: Je kan met je leerlingen een klasdiscussie voeren vanuit een aangebrachte casus uit de actualiteit of naar aanleiding van een ervaring tijdens werkplekleren. Je kan, bv. in samenspraak met de leraar Godsdienst (derde graad), leerlingen kaders of modellen aanreiken om te reflecteren over morele of ethische vragen. Ze bieden leerlingen taal om ethische keuzes te bespreken.

Wenk: Je kan aan de hand van voorbeelden uit de actualiteit moeilijke of meer complexe situaties die leiden tot ethische vragen en keuzes bespreken. Het kan gaan over grensoverschrijdend gedrag, agressie van klanten ... Ook meer maatschappelijke onderwerpen kunnen ter sprake komen: het waarborgen van veiligheid van klantgegevens tegen cyberdreigingen, duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid (bv. transparantie over de herkomst van producten en arbeidsomstandigheden, inspelen op de toenemende vraag naar duurzame producten), veranderende klantverwachtingen (personalisatie, snelle respons via digitale media) en consumentengedrag.

LPD 2 + De leerlingen dialogeren open en constructief over levensbeschouwing, inspiratie of zingeving.

Duiding: Je kan met leerlingen in gesprek gaan over zingeving of levensbeschouwing. Wanneer je met leerlingen in dialoog gaat over zingeving, bespreek je ervaringen die betekenis of zin geven aan je leven of je bestaan. Zingeving betekent het zoeken naar de zin, de richting of het doel van het leven of van grote ervaringen,



gebeurtenissen in het leven.

Duiding: Je kan met leerlingen reflecteren en in dialoog gaan over inspiratie. Inspiratie komt van het Latijnse woord 'inspirare' dat letterlijk 'inademen' of 'inblazen' van een ziel of 'geest' betekent. Waar iemand zijn inspiratie, innerlijke kracht, bezieling, enthousiasme, gedrevenheid of 'vuur' uithaalt is heel persoonlijk. Dat kan zijn uit natuur, muziek, kunst, literatuur, sport, religie, maar ook een mens of een gebeurtenis kan dienen als bron van inspiratie.

Duiding: Wanneer mensen een soort Grote houvast of een overkoepelende visie op het leven en op wat het leven zin geeft delen, dan spreek je over een levensbeschouwing. Levensbeschouwingen geven een antwoord op vragen over de oorsprong van het universum en de mens, delen opvattingen over de mens (mensbeeld) en bepalen vanuit een visie op moraal en ethiek (wat is goed en kwaad) het dagelijks handelen. In religieuze levensbeschouwingen of godsdiensten staat het bestaan van een of meerdere goden centraal en de antwoorden die daaruit voortvloeien. Seculiere levensbeschouwingen, zoals het humanisme, vertrekken vanuit de mens om zin en vorm aan het leven te geven.

Wenk: Je kan gebeurtenissen en ervaringen tijdens werkplekleren aangrijpen om met dit leerplandoel aan de slag te gaan in de klas.

Wenk: Je kan met leerlingen in dialoog gaan aan de hand van een aantal algemene vragen die hen als professionele beroepsbeoefenaar kunnen beroeren zoals

- wat inspireert je om voor dit beroep of voor deze opleiding te kiezen?
- wat versta je onder levenskwaliteit en waar ligt voor jou de balans tussen levenskwaliteit en werk?
- wat geeft jou energie?
- hoe kunnen mensen hoop vinden in situaties van kwetsbaarheid, bv. confrontatie met de ziekte van een collega, een overlijden ...? Hoe kunnen de christelijke visie en andere levensbeschouwelijke visies op hoop een uitdaging vormen voor de eigen visie?

Wenk: In functie van het omgaan met diversiteit op de werkvloer kan je leerlingen constructief kritisch laten reflecteren over eigen en andere levensbeschouwingen:

- wat betekent het dragen van levensbeschouwelijke tekens voor jou?
- hou je rekening met collega's die vasten en waarom zou je dit doen?
- welke culturele gewoonten herken je bij jezelf en bij collega's? Bv. respect voor ouders, de rolverdeling in het huishouden, religieuze rituelen of feestdagen ...

Wenk: Je kan met leerlingen in dialoog gaan over de wijze waarop je vanuit het beroep van commercieel bediende mee verantwoordelijkheid kan dragen voor je omgeving, de aarde ... (ecologisch bewustzijn - schepping). Je kan met hen reflecteren over de mate waarin zij dat een belangrijke waarde vinden in de uitoefening van een commerciële functie.

Wenk: Vanuit concrete situatieschetsen kan je met leerlingen stilstaan bij vragen waar ze mogelijk als commercieel bediende mee worden geconfronteerd zoals

- waar haal je de kracht om staande te blijven in stressvolle situaties?
- wat heb je nodig om je gedragen te weten in het omgaan met kwetsbare situaties: het omgaan met personen met een bijzondere kwetsbaarheid, bv.

psychische of fysieke kwetsbaarheid (bv. bij ouderen of personen met een beperking), verslaving, (kans)armoede, en het omgaan met frustraties of kwaadheid van klanten of collega's?

- hoe ga je met anderen in dialoog over moeilijke thema's zoals een ouder die ziek is, ouders die scheiden, een overlijden of keuzes met betrekking tot levenswijze?

Wenk: Het werken met kaders of modellen biedt leerlingen taal om open en constructief te leren dialogeren.

4.2 Professioneel handelen en samenwerken

Doelen die leiden naar BK

LPD 3 De leerlingen communiceren respectvol en werken constructief en flexibel in team.

Wenk: Teamgericht handelen houdt onder meer in dat leerlingen

- respectvol en beleefd communiceren met collega's en leidinggevenden;
- kunnen omgaan met feedback;
- tijdig communiceren over veranderende afspraken;
- zich flexibel opstellen;
- gepast reageren bij wisselende en veranderende werkomstandigheden.

Wenk: Met het oog op het ontwikkelen van een professionele en empathische houding op de werkplek kan je via rollenspellen inzetten op communicatieve en sociale vaardigheden. Respect voor diversiteit en waarden zijn daarbij een aandachtspunt. Je kan werken aan sociale vaardigheden zoals conflicthantering- en beheersing en omgaan met moeilijke situaties en klanten. Wat betreft het aanleren van communicatieve vaardigheden kan je denken aan vragen stellen, doorvragen, parafraseren en adviseren... De leerlingen hebben aandacht voor verschillende communicatievormen (intern/extern, formeel/informeel, verbaal/non-verbaal).

Wenk: Leerlingen leren omgaan met feedback, bv. in het kader van werkoverleg of van een functioneringsgesprek. Je kan een kader aanreiken om feedback te geven of wijzen op basisprincipes van het geven en ontvangen van feedback.

Wenk: Je kan leerlingen aanzetten tot zelfreflectie over:

- hun rol en verantwoordelijkheden in het team;
- hun bijdrage tot een aangename teamsfeer;
- hun sterke en zwakke punten als teamspeler;
- het voldoende openstaan voor feedback van anderen.

Een teamoverleg ondersteund door een peerevaluatie kan daartoe bijdragen.

LPD 4 De leerlingen handelen volgens procedures en organisatiecultuur.

Wenk: In een commercieel-administratieve omgeving is het naleven van procedures met betrekking tot het offerte-ordertraject, klachtenbehandeling en facturatie essentieel. Denk bv. aan afspraken over het goedkeuren van offertes door leidinggevenden, updaten van contactgegevens van klanten, digitaal klassement,



correct gebruik van bestandsnamen.

Wenk: Je kan de leerlingen wijzen op verschillen in organisatiecultuur en op het respecteren van normen en waarden op de werkplek.

Wenk: Leerlingen maken consequent gebruik van huisstijl en respecteren afspraken over normalisatie (bv. NBN) bij het uitwerken van commerciële documenten en communicatieproducten.

LPD 5 De leerlingen handelen kwaliteitsbewust.

Wenk: Kwaliteitsbewust handelen uit zich in zorgvuldig werken, het hebben van aandacht voor details, het controleren van het eigen werk op fouten, het voortdurend reflecteren en zich bijsturen met het oog op het bereiken van de verwachte kwaliteit. Je kan dat zowel op het niveau van het proces (LPD 16, 18, 19) als op het product (LPD 15, 17, 22) behandelen.

LPD 6 De leerlingen handelen economisch en duurzaam.

Wenk: Je kan denken aan het efficiënt gebruik van middelen zoals kantoorbenodigdheden en fysieke opslagcapaciteit van data, energiebesparing (bv. uitschakelen van kantoorapparatuur na gebruik) en kostenefficiënt werken (bv. proactief handelen door het stellen van prioriteiten en vooruitplannen bij deadlines).

Wenk: Leerlingen hebben aandacht voor procedures en afspraken in het kader van Maatschappelijk verantwoord ondernemen of [duurzame ontwikkelingsdoelen](#).

LPD 7 De leerlingen handelen veilig, ergonomisch en hygiënisch.

Wenk: Een professionele uitstraling passend bij de cultuur van de organisatie vooronderstelt aandacht voor persoonlijke hygiëne en een verzorgd voorkomen.

Wenk: Ergonomisch handelen in een kantooromgeving impliceert aandacht voor werkplekopstelling, pauzes, variatie in werkhouding, gebruik van ergonomische hulpmiddelen ...

Wenk: Leerlingen zijn op de hoogte van noodprocedures bij brand, medische noodgevallen en evacuaties en van het verplichte gebruik van veiligheidsuitrusting en -pictogrammen in bepaalde zones (bv. magazijnomgeving) op de werkplek.

LPD 8 De leerlingen bouwen de eigen deskundigheid op.

Wenk: Leerlingen informeren zich en volgen evoluties op met betrekking tot de eigen werkzaamheden, je kan denken aan de impact van artificial intelligence toepassingen, de toenemende aandacht voor duurzaamheid enz.

Wenk: Dit doel kan je in samenhang zien met LPD 11 en LPD 13.

4.3 Juridische aspecten i.v.m. verkoop- en marketingactiviteiten

Onderliggende kennis bij doelen die leiden naar BK

- c. E-commerce (LPD 10, 14)
- l. Wet op de marktpraktijken en consumentenbescherming (LPD 9)

LPD 9 De leerlingen passen regelgeving m.b.t. marktpraktijken en consumentenbescherming toe.

3de graad: III-OOS-a LPD 2

Wenk: Bij dit leerplandoel kan je focussen op regelgeving omtrent:

- verkoop:
 - prijsaanduiding;
 - vormen van verkoop (solden, uitverkoop, verkopen met verlies);
 - contracten (informatieverplichting, herroepingstermijnen, levering en risico-overdracht);
 - reclame en oneerlijke handelspraktijken;
- consumentenbescherming:
 - wet op garantie;
 - verkoop op afstand;
- elektronische handel:
 - verkoop via internet;
 - reclame;
 - spam.

Die informatie kan je vinden op de website van FOD Economie. De Belgische wet op consumentenbescherming is gebaseerd op een combinatie van nationale wetgeving en Europese richtlijnen en verordeningen.

Wenk: Wanneer een onderneming aan de consument goederen of diensten verkoopt via het internet (e-commerce), dan worden consumenten extra beschermd door de wet die de verkoop op afstand regelt. Zo kan je aandacht besteden aan specifieke regels m.b.t. informatieplicht, levering en risico-overdracht en de herroepingstermijn of bedenktijd bij aankoop.

Wenk: De kennis omtrent deze wetgeving passen leerlingen onder meer toe bij het afsluiten van de verkoop, het uitvoeren van diensten na verkoop en het opvolgen van de commerciële informatie via website of andere onlinekanalen.

Wenk: In een B2C omgeving hebben de leerlingen aandacht voor de rechten en bescherming van de consument.

LPD 10 De leerlingen passen regelgeving m.b.t. privacy, auteurs- en portretrechten toe.

Wenk: De privacywetgeving, gebaseerd op de Europese algemene verordening gegevensbescherming, garandeert dat persoonsgegevens worden beschermd door degene die ze verzamelt, bv. door een onderneming of organisatie waarbij een klant iets koopt. Je kan wijzen op de verplichting van online verkopers om hun privacy policy duidelijk te vermelden op de website en de cookiewetgeving correct toe te passen. Ook het recht op gegevenswissing (bv. van klantgegevens)



breng je best onder de aandacht.

Wenk: Het correct toepassen van auteurs- en portretrecht komt neer op respect voor de rechten van auteurs en geportretteerden, en het naleven van de wettelijke vereisten voor toestemming en gebruik. Zo hebben leerlingen aandacht voor bronvermelding bij het overnemen van teksten en afbeeldingen, het gebruik van rechtenvrije afbeeldingen en voor tools die ze daarvoor kunnen inzetten.

4.4 Marketingcommunicatie en klantrelatiebeheer

Doelen die leiden naar BK

LPD 11 De leerlingen illustreren hoe een onderneming haar marketingmix samenstelt op basis van haar marketingstrategie.

Wenk: Je kan wijzen op de concurrentiestrategieën van Porter of de klantgerichte marketingstrategie die vertrekt van een grondige klantanalyse.

Wenk: Vanuit de marketingstrategie ontwerpt de onderneming de marketingmix om de vraag naar zijn producten te beïnvloeden. Daarbij kan je wijzen op de verschuiving van productgedreven naar klantgerichte tot mensgerichte marketing. De klant is veeleisender en bewuster geworden. Bovendien vertrouwt hij meer op de f-factor (friends, families, fans en followers) dan op traditionele marketingcommunicatie. Je kan als leraar inspelen op het persoonlijk keuze- en koopgedrag van leerlingen om die evolutie in kaart te brengen.

Wenk: Je hebt best aandacht voor de samenhang tussen de marketinginstrumenten en de gevolgen van de gekozen marketingstrategie. Marketeers dienen immers rekening te houden met de wet op marktpraktijken en consumentenbescherming (LPD 8) en regelgeving m.b.t. privacy, auteurs- en portretrechten (LPD 9) bij het bepalen van de marketingmix.

Wenk: Dankzij het internet tekenen ondernemingen een online marketingstrategie uit waarbij tactieken zoals [SEO](#), [SEA](#), social media, online advertising en contentmarketing worden ingezet. Daarbij hoort de creatie van een [persona](#) en het in kaart brengen van de klantreis of customer journey. Die concepten kan je illustreren aan de hand van ondernemingen die sterk inzetten op online marketing.

LPD 12 De leerlingen passen prijsstrategieën en prijsaanpassingsstrategieën toe.

Wenk: Wat betreft de prijsstrategieën voor nieuwe producten kan je denken aan de afroom- en penetratieprijstrategie.

Wenk: Je kan focussen op courante prijsaanpassingsstrategieën zoals

- kortingen;
- prijsdiscriminatie;
- psychologische prijszetting;
- dynamische prijszetting (waaronder yield pricing).

LPD 13 De leerlingen lichten markt- en productevoluties toe.

Duiding: De markt is een onderdeel van de [marketingomgeving](#) en kan meerdere vormen aannemen. De economische en sociale toestand bepaalt de marktevolutie. Een markt of product kent bovendien een levenscyclus die een aantal fasen omvat. Bij elke fase dient de onderneming na te denken over een andere marketingaanpak (LPD 10).

Wenk: Wat betreft marktontwikkelingen kan je denken aan de impact van technologische ontwikkelingen, veranderende consumentenvoorkeuren, wijzigingen in wet- en regelgeving, nieuwe [verdienmodellen](#) (bv. deeleconomie, platformbedrijven), demografische veranderingen of economische factoren (bv. inflatie, werkloosheid, conjunctuur, rentestand) op de vraag naar goederen en diensten. Het is raadzaam om (bedrijfs)economische fenomenen en concepten zoals inflatie en verdienmodellen te duiden vanuit concrete voorbeelden en actuele berichtgeving.

Wenk: De [productlevenscyclus](#) ondersteunt ondernemingen bij het beheer van markten of producten. Je kan de productlevenscyclus toepassen op een productcategorie (bv. elektrische wagen) en productvorm (vervoermiddel voor personen) of een merk (wagenmerk).

Wenk: Niet alle producten volgen de productlevenscyclus, wat je kan illustreren aan de hand van producten die mislukken snel na hun lancering.

Wenk: Je kan de productlevenscyclus ook toepassen op stijl, mode en rages.

LPD 14 De leerlingen volgen commerciële informatie van een onderneming op via verschillende communicatiekanalen.

Wenk: Onder commerciële informatie kan je begrijpen:

- productinformatie;
- prijzen en aanbiedingen;
- klantreferenties en getuigenissen;
- casestudies en succesverhalen;
- bedrijfsinformatie (missie, visie, waarden, normen, geschiedenis);
- contactgegevens (bv. van commerciële medewerkers);
- evenementen en nieuws.

Wenk: Je hebt aandacht voor onlinekanalen (website, webshop, social media ...) en offlinekanalen (reclamepanelen, folders ...)

Wenk: De realisatie van dit leerplandoel kan je zien in het kader van werkplekleren: leerlingen verzamelen en volgen commerciële informatie van hun stageonderneming via de website of webshop op. Zo bouwen ze productkennis op met het oog op een optimale ondersteuning van de klant (LPD 16, 17, 18).

Wenk: Dit leerplandoel biedt kansen om online klantreacties, bv. via website of webshop, social mediacampagnes op te volgen.

LPD 15 De leerlingen beheren prospecten- of klantenbestanden.

Wenk: Het verzamelen van data van klanten en prospecten is essentieel bij het uitvoeren van moderne marketingstrategieën. Veelal worden online methoden (bv. website analytics, cookies, online formulieren, e-mail marketing en social media) ingezet.



Je kan ook wijzen op offlinemethoden (bv. registratie van gegevens op beurzen, enquêtes, formulieren) en geavanceerde systemen zoals [CRM](#)-software en analysetools om patronen en inzichten in big data te herkennen.

Wenk: In een B2B omgeving worden vaak [CRM](#)-systemen ingezet om potentiële klanten (leads) te scoren, beheren en interacties vast te leggen. [CRM](#)-systemen zijn veelal geïntegreerd in een ERP-systeem.

4.5 Verkopen en service verlenen

Doelen die leiden naar BK

LPD 16 De leerlingen passen verkooptechnieken toe rekening houdend met de [typologie van klanten](#) of consumenten.

3de graad: III-OOS-a (LPD 39)

Wenk: In functie van effectieve verkoop is het belangrijk dat leerlingen inzicht verwerven in de verschillende stappen van het verkoopproces:

- potentiële klanten opsporen en classificeren;
- informatie verzamelen;
- klanten benaderen;
- producten presenteren of demonstreren;
- omgaan met bezwaren;
- afsluiten van de verkoop;
- nazorg.

Wenk: Inzicht in klanttypen is belangrijk om de klant te begrijpen en gericht te adviseren in het verkoopproces. In functie van het achterhalen van klantbehoeften worden de juiste vraagtechnieken ingezet, waar leerlingen zich bewust van zijn.

Wenk: Mogelijkheden: persoonlijk (face tot face), telefonisch, video, bulkmail, chat, online presentaties, post op social media, vlog, blog, infographic ... Bij het uitwerken van online of offline communicatieproducten hebben leerlingen aandacht voor de principes van typografie en lay-out: bv. kleurenleer, KISS, resolutie, blad- en zetspiegel, afmetingen, bestandsformaten. Een grafisch ontwerpprogramma (professioneel of open source) biedt kansen om communicatieproducten uit te werken, een huisstijl te ontwerpen of aan te passen. Bij het opstellen en verwerken van (bulk)mail heb je aandacht voor doelgericht gebruik van e-mailprogramma's, denk aan het maken en beheren van handtekeningen en contactpersonen.

Wenk: Je hebt aandacht voor strategieën zoals upselling, cross-selling, downselling (i.f.v. klanttevredenheid op langere termijn).

Wenk: Je kan denken aan vakoverschrijdend werken, zo kan de vakleraar Frans of Engels de leerlingen eenvoudige verkoopgesprekken laten voeren.

LPD 17 De leerlingen onderzoeken de vraag van een klant op technisch en commercieel vlak.

Wenk: Leerlingen verzamelen informatie over technische specificaties, compatibiliteit, prestatievereisten, prijzen en eventuele kortingen, levertermijnen,

beschikbaarheid van producten enz.

Wenk: Dit leerplandoel kan je realiseren in een gesimuleerde context op school, nadien op de werkplek.

LPD 18 De leerlingen overleggen met klanten over de voorwaarden van een verkoopovereenkomst en formuleren een verkoopvoorstel.

Wenk: Je kan vertrekken van concrete verkoopovereenkomsten om zo de verschillende onderdelen en (algemene of bijzondere) verkoopvoorwaarden te belichten. Om tegemoet te komen aan de specifieke behoeften, eisen of afspraken met een individuele klant worden bijzondere verkoopvoorwaarden opgenomen zoals commerciële garantie, specifieke levertermijnen of bijzondere betalingsregelingen.

Wenk: Aandacht voor het verschil tussen een prijsopgave en een offerte is belangrijk: bij een prijsopgave gaat het om de communicatie van de prijs van een product, bij een offerte gaat het om de communicatie van een specifiek aanbod, waarbij de omschrijving van het product de nodige aandacht verdient. Daarbij maak je best een onderscheid tussen vrijblijvende en vaste offerte. Een tegenvoorstel van de klant en eventuele aanvaarding door de verkoper kunnen deel uitmaken van dat proces.

Wenk: Je kan de aandacht vestigen op de geldigheidsvereisten: identificatie onderneming, beschrijving en (berekende) prijs van producten, datum van opmaak, geldigheidsduur ...

Wenk: Bij het opstellen van een verkoopvoorstel hebben de leerlingen aandacht voor autocorrectie, spellings- en grammaticacontrolle. Je kan ook het gebruik van redactionele normen en huisstijl onder de aandacht brengen.

Wenk: Verkoopvoorstellen kunnen met behulp van ERP-software worden gemaakt.

Wenk: De koop-verkoopovereenkomst wordt geregeld door het verbintenisrecht in het burgerlijk wetboek. Je kan de geldigheidsvereisten, essentiële bestanddelen, verplichtingen van koper en verkoper en algemene verkoopvoorwaarden behandelen.

LPD 19 De leerlingen informeren klanten over de technische werking en ingebruikname van producten.

Wenk: Het bieden van service bij ingebruikname houdt onder meer in dat de klant wordt geïnformeerd over de bediening of (nieuwe) toepassingen van producten.

Wenk: Mogelijkheden: persoonlijk gesprek, telefonische ondersteuning, livechat, e-mail ...

Wenk: Je kan de leerlingen voor een product, dienst of (beperkt) assortiment zelfstandig informatie laten opzoeken en verwerken waarbij ze aandacht hebben voor de betrouwbaarheid van bronnen.

Wenk: Duidelijke instructies (bv. op basis van een handleiding of video-tutorial ...) en het vlot kunnen beantwoorden van klantvragen liggen aan de basis van een kwalitatief servicegesprek.



Wenk: Op de werkplek hebben leerlingen aandacht voor feedback: is de klant tevreden over de toelichting bij de aankoop van het product? In functie van kwaliteitsmonitoring kan je overwegen om de leerlingen een bevraging te laten ontwerpen met behulp van specifieke software (Google forms, Microsoft forms ...) met het oog op het realiseren van commerciële doelstellingen.

LPD 20 De leerlingen voeren dienst na verkoop met inbegrip van klachtenbehandeling.

★ Conflicthantering

3de graad: III-OOS-a (LPD 43)

Wenk: Onder dienst na verkoop kan je begrijpen: inwisselen en terugbetalen van producten, herstellingen, bestellen van niet-voorradige producten ... Er is aandacht voor ruil- en garantievoorwaarden en de rechten en plichten van koper en verkoper bij het sluiten van een koopcontract.

Wenk: In functie van een klantgerichte aanpak bij klachten is het toepassen van communicatieve en sociale vaardigheden essentieel: aandachtig luisteren, open vragen en controlevragen stellen, excuses aanbieden indien de klacht gegrond is, duidelijke en realistische boodschappen geven en herformuleren van de klacht op het einde van het gesprek. De DESC-methode en LEO-techniek bieden een kader om op een duidelijke, respectvolle en doelgerichte manier gesprekken te voeren.

Wenk: Het bieden van een passende oplossing, daarvoor de nodige acties ondernemen en correcte klachtenregistratie vormen het sluitstuk van een adequate klachtenbehandeling.

Wenk: Je kan aandacht hebben voor de (gedeeltelijke) automatisering van dienst na verkoop, denk aan e-mail om de klantentevredenheid over producten, verkoopproces enz. in kaart te brengen. Die technieken worden vaak geïntegreerd in ERP software.

Wenk: Bij de realisatie van dit leerplandoel kan je denken aan een ondernemend project of rollenspel.

4.6 Verkoopadministratie

Doelen die leiden naar BK

LPD 21 De leerlingen volgen de goederen- en informatiestroom op binnen een **ERP** omgeving.

Wenk: Het is zinvol om voordelen en functionaliteiten van een ERP systeem in kaart te brengen. Vaak gebruikte functionaliteiten zijn in- en verkoop, productieplanning, voorraad- en personeelsbeheer. Leerlingen gaan vervolgens zelf aan de slag met een ERP pakket. Een geleidelijke aanpak is aangewezen; zo kan je starten met het registreren van een verkooporder wat leidt tot het maken van pakbon, zendnota en verkoopfactuur.

Wenk: Dit leerplandoel zie je in samenhang met andere leerplandoelen. Zo kan je ERP software inzetten bij het verwerken van verkoopprocessen en het beheer van

prospecten- en klantenbestanden.

LPD 22 De leerlingen registreren verkooporders, controleren voorwaarden en informeren de klant over het orderverloop.

Wenk: Bij het ingeven van een verkooporder of bestelling hebben de leerlingen aandacht voor het offerte-ordertraject: aan welke voorwaarden werden de producten eerder voorgesteld aan de klant? Daarnaast is er aandacht voor aspecten zoals de beschikbaarheid van de producten, mogelijkheid tot bijbestellen.

Wenk: Het opvolgen van verkooporders impliceert het sturen van een orderbevestiging, communiceren van eventuele vertragingen of andere knelpunten (via mail, telefoon ...) en het aanmaken van een zendnota of leveringsbon.

Wenk: Het registreren en opvolgen van het gehele verkoopproces, van offerte tot verkoopfactuur kan met behulp van ERP software (LPD 20).

LPD 23 De leerlingen stellen verkoopdocumenten op.

3de graad: III-OOS-a (LPD 44)

Wenk: Bij verkoopdocumenten kan je denken aan verkoopfacturen en uitgaande creditnota's.

Wenk: Het is het aangewezen om rekening te houden met de toepassing van correcte btw-tarieven, handels- en financiële korting, kosten en terugstuurbare verpakking.

Wenk: Bij het gebruik van een rekenblad zetten de leerlingen gericht formules en functies in. Zo verschijnen klantgegevens (naam, adres, btw-nummer ...) en productinformatie (omschrijving, eenheidsprijs, btw-tarief ...) automatisch bij het ingeven van de klant- of artikelcode door te werken met de functie verticaal zoeken. Andere gegevens kunnen bv. automatisch worden verwerkt met de datum- en ALS-functie. Ook het afronden van getallen kan efficiënt gebeuren met behulp van functies.

Wenk: Je kan de aandacht vestigen op intracommunautaire leveringen en verkopen buiten de EU en welke btw-regels in beide gevallen van toepassing zijn.

LPD 24 De leerlingen verzorgen de administratieve en logistieke ondersteuning van de verkoopafdeling.

3de graad: III-OOS-a (LPD 27, 28, 29)

Wenk: Mogelijkheden:

- Logistieke ondersteuning:
 - logistieke ondersteuning van evenementen (bv. beurzen, opendeurdagen, productlancerings ...);
 - kopiëren en bundelen van verkoopdocumentatie;
 - organisatie van catering voor vergaderingen;
 - lokalen reserveren en klaarzetten.
- Administratieve ondersteuning:



- telefonische contacten met externe partners;
- agendabeheer van vertegenwoordigers en leidinggevenden;
- plannen en organiseren van verkoopvergaderingen of evenementen;
- verzamelen en verwerken van informatie (bv. met behulp van draaitabellen, grafieken in een rekenblad) in functie van rapportage;
- verslaggeving met behulp van tekstverwerkingsprogramma;
- digitaliseren en archiveren van (verkoop)documenten.

LPD 25 De leerlingen volgen betalingen van verkooporders op.

Wenk: Je kan vertrekken van verkoopfacturen en creditnota's die leerlingen genereren met behulp van ERP-software.

Wenk: Het opvolgen van betalingen kan intern of extern gebeuren. Extern betekent dat verkoopfacturen worden overgedragen aan een factoringmaatschappij. Wat betreft de interne opvolging kan je wijzen op samenwerking met andere afdelingen binnen de organisatie zoals de boekhoudafdeling en juridische dienst.

Wenk: Je hebt best aandacht voor het verschil tussen een betalingsherinnering en aanmaning: van vriendelijke herinnering naar sommering tot betaling. In dat verband kan je de kosteloze eerste herinnering en wachttermijn in een B2C omgeving onder de aandacht brengen.

5 Lexicon

Customer relationship management

Een systeem waarin alle klantinformatie wordt opgeslagen zoals informatie over contactpersonen, contactmomenten, algemene bedrijfsinformatie, omzet en de slagingskans van offertes.

Duurzame ontwikkelingsdoelen

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen of Sustainable Development Goals (SDG's) zijn de 17 doelstellingen en subdoelstellingen die de Verenigde Naties goedkeurde in 2015. Deze doelen moeten mensen en landen aanzetten tot actie in domeinen die van cruciaal belang zijn voor de mensheid en de planeet. De doelstellingen zijn geïntegreerd en ondeelbaar en zorgen voor een evenwicht tussen de drie dimensies van duurzame ontwikkeling: de economische, sociale en milieudimensie. De doelstellingen kunnen worden onderverdeeld in vijf thema's: mensen (people), planeet (planet), welvaart (prosperity), vrede (peace) en partnerschap (partnership).

Enterprise resource planning

Software die informatie van verschillende bedrijfsafdelingen samenbrengt. Met een ERP softwarepakket worden bedrijfsprocessen geautomatiseerd, waardoor de productiviteit wordt verhoogd en de kosten kunnen worden verlaagd.

Marketingomgeving

De marketingomgeving van een onderneming is het geheel van interne en externe factoren en omstandigheden, waarmee ze moet rekening houden bij het bepalen en uitvoeren van haar marketingbeleid. Er wordt vaak gebruik gemaakt van het mnemotechnische acroniem DESTEP

(demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politiek-juridische omgevingsfactoren) om de omgevingsfactoren in kaart te brengen.

Organisatiecultuur

Onder 'organisatiecultuur' van een bedrijf verstaan we de fundamentele waarden en normen van dat bedrijf die zelden expliciet gedefinieerd zijn maar altijd tot uiting komen in de uitstraling van het bedrijf en het gedrag en de overtuiging van alle werknemers. Aspecten van organisatiecultuur zijn: vestimentaire code, sociale voordelen, organisatie van de werkplek en werkuren, managementstijl, vitaliteit van het bedrijf ...

Persona

Een persona is een karakterisering van een bepaald type bezoeker of klant.

Productlevenscyclus

De productlevenscyclus, ook wel de product life cycle, is een cyclus die een product doorloopt vanaf het moment dat het op de markt komt.

Search Engine Advertising

SEA of zoekmachineadverteren is een onderdeel van zoekmachinemarketing waarbij de adverteerder zichtbaarheid verkrijgt door te betalen voor zijn positie in de zoekresultaten.

Search Engine Optimization

SEO of zoekmachineoptimalisatie is een onderdeel van zoekmachinemarketing dat zich bezighoudt met het verhogen van de zichtbaarheid in de organische resultaten of onbetaalde gedeelte van de zoekmachine.

Typologie van klanten

Onder klanttypen wordt de persoonlijkheids- of de communicatiestijl van de klant begrepen. Ook andere factoren zoals leeftijd of culturele factoren spelen een rol.

Verdienmodel

Een verdienmodel beschrijft hoe een onderneming geld verdient en is afhankelijk van doelgroep, markt, partners en leveranciers. De keuze voor een verdienmodel is bepalend voor het uitwerken van het ondernemingsplan dat een bundeling vormt van het strategisch plan, financieel plan en marketingplan. Populaire verdienmodellen zijn onder meer marge op verkoop, abonnement, instapmodel, makelaarsmodel, verhuren of leasen en reclamemodel.

6 Basisuitrusting

Basisuitrusting verwijst naar de infrastructuur en het (didactisch) materiaal die beschikbaar moeten zijn voor de realisatie van de leerplandoelen.

Om de leerplandoelen te realiseren dient de school minimaal de hierna beschreven infrastructuur en materiële en didactische uitrusting ter beschikking te stellen die beantwoordt aan de reglementaire eisen op het vlak van veiligheid, gezondheid, hygiëne, ergonomie en milieu als de relevante leerplandoelen aan bod komen. Specifieke benodigde infrastructuur of uitrusting hoeft niet noodzakelijk beschikbaar te zijn op de school. Beschikbaarheid op de werkplek of een andere externe locatie kan volstaan. We adviseren de school om de grootte van de klasgroep en de beschikbare infrastructuur en uitrusting op elkaar af te stemmen.



6.1 Infrastructuur

Een leslokaal

- dat qua grootte, akoestiek en inrichting geschikt is om communicatieve werkvormen te organiseren;
- met een (draagbare) computer waarop de nodige software en audiovisueel materiaal kwaliteitsvol werkt en die met internet verbonden is;
- met de mogelijkheid om (bewegend beeld) kwaliteitsvol te projecteren;
- met de mogelijkheid om geluid kwaliteitsvol weer te geven;
- met de mogelijkheid om draadloos internet te raadplegen met een aanvaardbare snelheid.

Toegang tot (mobile) devices voor leerlingen.

6.2 Materiaal en toestellen

De basisuitrusting voor het uitvoeren van verkoopadministratie:

- een professioneel ingericht werkeiland;
- telefoontoestellen of GSM's;
- headsets;
- tafels om te overleggen of een vergadertafel;
- een printer of scanner.

6.3 Materiaal en gereedschappen waarover elke leerling moet beschikken

Om de leerplandoelen te realiseren beschikt elke leerling minimaal over onderstaand materiaal. De school bespreekt in de schoolraad wie (de school of de leerling) voor dat materiaal zorgt. De school houdt daarbij uitdrukkelijk rekening met gelijke kansen voor alle leerlingen.

- (mobile) devices met een internetaansluiting;
- actuele software toereikend om de leerplandoelen te realiseren.

7 Glossarium

In het glossarium vind je synoniemen voor en toelichting bij een aantal handelingswerkwoorden die je terugvindt in leerplandoelen en (specifieke) minimumdoelen van verschillende graden.

Handelingswerkwoord	Synoniem	Toelichting
Analyseren		Verbanden zoeken tussen gegeven data en een (eigen) besluit trekken
Beargumenteren	Verklaren	Motiveren, uitleggen waarom
Beoordelen	Evalueren	Een gemotiveerd waardeoordeel geven
Berekenen	Berekeningen uitvoeren	
Berekeningen uitvoeren	Berekenen	
Beschrijven	Toelichten, uitleggen	
Betekenis geven aan	Interpreteren	

Een (...) cyclus doorlopen	Een (...) proces doorlopen	Via verschillende fasen tot een (deel)resultaat komen of een doel bereiken
Een (...) proces doorlopen	Een (...) cyclus doorlopen	Via verschillende fasen tot een (deel)resultaat komen of een doel bereiken
Evaluëren	Beoordelen	
Gebruiken	Hanteren, inzetten, toepassen	
Hanteren	Gebruiken, inzetten, toepassen	
Identificeren		Benoemen; aangeven met woorden, beelden ...
Illustreeren		Beschrijven (toelichten, uitleggen) aan de hand van voorbeelden
In dialoog gaan over	In interactie gaan over	
In interactie gaan over	In dialoog gaan over	
Interpreteren	Betekenis geven aan	
Inzetten	Gebruiken, hanteren, toepassen	
Kritisch omgaan met	Kritisch gebruiken	
Kwantificeren		Beredeneren door gebruik te maken van verbanden, formules, vergelijkingen ...
Onderzoeken	Onderzoek voeren	Verbanden zoeken tussen zelf verzamelde data en een (eigen) besluit trekken
Onderzoek voeren	Onderzoeken	Verbanden zoeken tussen zelf verzamelde data en een (eigen) besluit trekken
Reflecteren over		Kritisch nadenken over en argumenten afwegen zoals in een dialoog, een gedachtewisseling, een paper
Testen	Toetsen	
Toelichten	Beschrijven, uitleggen	
Toepassen	Gebruiken, hanteren, inzetten	
Toetsen	Testen	
Uitleggen	Beschrijven, toelichten	
Verklaren	Beargumenteren	Motiveren, uitleggen waarom

8 Concordantie

8.1 Concordantietabel

De concordantietabel geeft duidelijk aan welke leerplandoelen de doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties (BK) realiseren.



Leerplandoel	doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties
1+	-
2+	-
3	BK 1
4	BK 1
5	BK 2
6	BK 3
7	BK 4
8	BK 5
9	BK l
10	BK c
11	BK g; BK i
12	BK f; BK i
13	BK 17
14	BK 15; BK c
15	BK 16
16	BK j; BK k
17	BK 7
18	BK 9; BK 10
19	BK 8; BK 13; BK a
20	BK 13; BK 14; BK a; BK b; BK e; BK h
21	BK 6
22	BK 6; BK 8; BK 11
23	BK 6; BK 9
24	BK 6; BK 9
25	BK 6; BK 12

8.2 Doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties

1. De leerlingen werken in teamverband (organisatiecultuur, communicatie, procedures).
2. De leerlingen handelen kwaliteitsbewust.
3. De leerlingen handelen economisch en duurzaam.
4. De leerlingen handelen veilig, ergonomisch en hygiënisch.
5. De leerlingen bouwen de eigen deskundigheid op.
6. De leerlingen gebruiken functioneel ondersteunende software en hardware.

7. De leerlingen onderzoeken de vraag van een klant op technisch en commercieel vlak (zoals de termijn van fabricatie van producten, beschikbaarheid van producten of diensten en kost).
8. De leerlingen verstrekken informatie aan klanten.
9. De leerlingen ondersteunen de verkoop met inbegrip van het opmaken van commerciële documenten.
10. De leerlingen overleggen met klanten over voorwaarden van een verkoopovereenkomst.
11. De leerlingen registreren bestellingen, controleren voorwaarden (zoals leveringstermijnen en verpakkingswijze) en lichten klanten of verkopers daarover in.
12. De leerlingen volgen betalingen van bestellingen op (zoals voorwaarden en facturatie).
13. De leerlingen bieden service en leggen de technische werking uit aan klanten of gebruikers en informeren hen over het in gebruik nemen van producten of aanwenden van diensten.
14. De leerlingen volgen klachten op en stellen oplossingen voor.
15. De leerlingen volgen commerciële informatie van een bedrijf op via verschillende communicatiekanalen.
16. De leerlingen werken een klanten- of prospectenbestand uit.
17. De leerlingen lichten markt- en productevoluties toe.

Aanvullende onderliggende kennis

De opgenomen kennis staat steeds in functie van de specifieke vorming van deze studierichting.

- a. Communicatietechnieken
- b. Conflicthantering
- c. E-commerce
- e. Klachtenbehandeling
- f. Marketingacties
- g. Marketingstrategie
- h. Procedures voor de dienst na verkoop
- i. Technieken van commerciële klantenwerving
- j. Typologie van klanten of consumenten
- k. Verkooptechnieken
- l. Wet op de marktpraktijken en consumentenbescherming



Inhoud

1	Inleiding	3
1.1	Het leerplanconcept: vijf uitgangspunten	3
1.2	De vormingscirkel – de opdracht van secundair onderwijs	3
1.3	Ruimte voor leraren(teams) en scholen	4
1.4	Differentiatie	4
1.5	Opbouw van leerplannen.....	6
2	Situering	7
2.1	Beginsituatie	7
2.2	Plaats in de lessentabel.....	7
3	Pedagogisch-didactische duiding	7
3.1	Commercieel assistent en het vormingsconcept.....	7
3.2	Krachtlijnen	8
3.3	Opbouw.....	8
3.4	Beginsituatie	9
3.5	Aandachtspunten.....	9
3.6	Leerplanpagina.....	10
4	Leerplandoelen	10
4.1	Zinrijk en geïnspireerd	10
4.2	Professioneel handelen en samenwerken	13
4.3	Juridische aspecten i.v.m. verkoop- en marketingactiviteiten	14
4.4	Marketingcommunicatie en klantrelatiebeheer	16
4.5	Verkopen en service verlenen	18
4.6	Verkoopadministratie	20
5	Lexicon	22
6	Basisuitrusting	23
6.1	Infrastructuur	24
6.2	Materiaal en toestellen.....	24
6.3	Materiaal en gereedschappen waarover elke leerling moet beschikken	24
7	Glossarium	24
8	Concordantie	25
8.1	Concordantietabel.....	25

8.2	Doelen die leiden naar een of meer beroepskwalificaties	26
-----	---	----