

Kvalifikation: Visual merchandiser

Nyckelord	Kunskap	Färdighet	Ansvar och självständighet
Visual merchandiser-rollen	Kan beskriva vilken funktion en visual merchandiser har i handeln.	Kan sätta ord på de kompetenser den egna yrkesrollen kräver.	Kan beskriva hur visual merchandiserrollen i den egna verksamheten förhåller sig till andra yrkesroller.
Affärsstrategi	Kan förklara vad en affärsstrategi är och hur den kan användas.	Kan sätta ord på den egna verksamhetens nuvarande affärsstrategi i relation till handeln i övrigt.	Kan beskriva på vilket sätt visual merchandiser-rollen bidrar till att arbeta i enlighet med verksamhetens affärsstrategi.
Affärsanalys	Kan beskriva hur affärsanalys kan användas för att utveckla arbetet.	Kan löpande använda affärsanalys för att förstå verksamhetens resultat och utveckling.	Kan löpande bidra i affärsanalysen utifrån den egna yrkesrollen samt använda analysen för att utveckla det egna arbetet/verksamhetens arbete.
Nyckeltal	Kan förklara vad nyckeltal innebär och ge exempel på vanligt förekommande nyckeltal i handeln.	Kan löpande analysera verksamhetens prestation utifrån relevanta nyckeltal (använda nyckeltal i det löpande arbetet).	Kan avgöra vilka nyckeltal som är möjliga att påverka samt använda dessa som verktyg i sin roll som visual merchandiser.
Marknadsplan och marknadsföring	Kan förklara innebörden av begreppet marknadsplan och syftet med den.	Kan löpande utgå från marknadsplanen i sin yrkesvardag.	Kan anpassa det visuella intrycket utifrån verksamhetens marknads-, marknadsförings- och kampanjplan med en tydlig förankring i det egna varumärket.

Varumärke och segment	Kan redogöra för olika typer av segment/inriktningar inom handeln (detalj, dagligvaruhandel, B2B).	Kan beskriva vilken typ av segment/inriktning/koncept inom handeln som den egna verksamheten har.	Kan bidra till att visuellt kommunicera den egna verksamhetens segment/inriktning/koncept på ett sätt som leder till medvetenhet om varumärket och ger en långsiktig, hållbar försäljning.
Koncept och utbud	Har en god överblick och kännedom om verksamhetens huvudsakliga tjänster och produkter.	Kan beskriva verksamhetens huvudsakliga tjänster eller produkter för en kund.	Kan visuellt kommunicera verksamhetens tjänster eller produkter och framhäva styrkor i relation till andra jämförbara på marknaden.
Kundresa	Kan förklara innebörden av begreppet kundresa.	Kan beskriva kundresan för olika typer av kunder iden egna verksamheten.	Kan använda förståelsen för kundresan som grund för val av visuell strategi.
Försäljningskanaler	Kan redogöra för olika typer av försäljningskanaler (fysisk butik, e-handel, omni, plattformar).	Kan beskriva den egna verksamhetens försäljningskanaler.	Kan anpassa den visuella strategin och intrycket och skapa en röd tråd mellan verksamhetens olika försäljningskanaler.
Köpprocess	Kan ge exempel på hur köpprocessen kan se ut för olika typer av kunder i verksamheten och i olika försäljningskanaler.	Kan på olika sätt följa upp och utvärdera köpprocessen i verksamhetens olika försäljningskanaler.	Kan anpassa det visuella intrycket för att effektivisera och underlätta köpprocessen i syfte att komma till köpavslut avseende verksamhetens olika försäljnings/kommunikationskanaler.

Skapa köplust	Kan beskriva olika sätt/strategier för att visuellt väcka och tillvarata kunders engagemang för verksamhetens tjänster eller produkter.	Kan agera på ett sätt som visuellt väcker eller tillvaratar engagemang hos kunden för verksamhetens tjänster eller produkter med utgångspunkt från en aktuell målgrupp.	Kan anpassa sin visuella strategi utifrån analyser av olika kunders engagemang för verksamhetens varor eller tjänster.
Merförsäljning	Kan beskriva innebörden av begreppen merförsäljning och korsförsäljning	Kan identifiera möjligheter som förenklar kundens köpresa, och skapar mer- och korsförsäljning utifrån kundens behov (identifiera helhetslösningar).	Kan aktivt förenkla kundens köpresa genom att kommunicera helhetslösningar till kunder utifrån verksamhetens hela utbud (produkter och tjänster).
Hållbarhet i handeln	Kan ge exempel på hur handeln påverkas av ökade krav och behov av hållbar utveckling.	Kan i sin yrkesroll agera på ett sätt som är långsiktigt miljö- och resursmässigt hållbart, för såväl organisation som samhälle.	Kan bidra till att utveckla den egna handelsverksamheten för att göra den mer miljö- och resursmässigt hållbar, för såväl organisation som samhälle.
Yrkets påverkan av digitaliseringen i handeln	Kan ge exempel på hur visual merchandiser-rollen påverkats av handelns digitalisering.	Kan i den egna yrkesrollen dra nytta av digitaliseringen.	Kan bidra till att utveckla den egna yrkesrollen utifrån de möjligheter digitaliseringen medför.
Färg	Kan redogöra för de vanligast förekommande färgsystemen, RGB, CMYK och NCS-systemet och deras användningsområden samt redogöra för vad begreppen primärfärg, sekundärfärg och komplementfärg innebär.	Kan använda sin kunskap om färgsystemen i kommunikation (exempelvis beställningar och förslag till kund) och för att skapa ett önskvärt visuellt intryck.	Kan argumentera för sina färgmässiga vägval utifrån sin kunskap om färgsystemen och deras användningsområden.
Formspråk	Kan beskriva olika former, dess samverkan och visuella inverkan på varandra.	Kan använda olika former för att skapa ett önskvärt visuellt intryck.	Kan argumentera för sitt val av formspråk för att skapa dynamik.

Materialkännedom	Känner till de vanligast förekommande materialen i samband med exponering och miljö i butik och skyltfönster	Kan bedöma när ett visst material är lämpligt att använda i en exponering eller display.	Kan identifiera och anpassa när ett specifikt material bör användas för att förstärka en känsla eller skapa en viss effekt i en exponering.
Butiksmiljö	Kan redogöra för idén bakom utformande av olika butiksmiljöer såsom möblering och disponering av butiksyta utifrån koncept, målgrupp och sortiment.	Kan bedöma en butiksmiljön utifrån koncept, målgrupp och lokalens förutsättningar (t ex siktlinjer & överskådlighet)	Kan anpassa butiksmiljön utifrån lokalens förutsättningar, såsom siktlinjer och överskådlighet, samt koncept och målgrupp.
Butikslayout	Kan redogöra för grundläggande principer för en butikslayout.	Kan ta fram en butikslayout i enlighet med koncept, krav på tillgänglighet & överskådlighet, målgrupp och sortiment.	Kan anpassa en butikslayout utifrån verksamhetens koncept, målgrupp och sortiment och på ett sätt som gör att tillgängligheten och överskådligheten stärkts.
Kundvarv & butiksytor	Kan redogöra för begreppet kundvarv och ge exempel utifrån koncept, sortiment och försäljningsunderlag.	Kan identifiera butikens olika ytor och dess värde samt möjligheterna att via kundvarvet påverka kundflödet.	Kan utveckla kundvarv i den egna verksamheten där varje enskild yta utnyttjas optimalt och genererar ett effektivt kundflöde genom hela butiken.
Varupresentation i butiksmiljö	Kan redogöra för de grundläggande typerna av varupresentation och hur man genom styling och exponering i butiksmiljö lyfter fram produkterna på ett, för produkten, säljfrämjande sätt.	Kan presentera, styla och exponera varor i butiksmiljö på ett säljfrämjande sätt.	Kan anpassa varupresentation, styling och exponering i butiksmiljö utifrån koncept, produktens egenskaper och målgrupp och argumentera för sina vägval.
Varupresentation & styling i skyltfönster	Kan redogöra för varupresentation, styling och exponering i skyltfönster inom de vanligaste produktkategorierna.	Kan presentera, styla och exponera varor i skyltfönster på ett säljfrämjande sätt.	Kan anpassa varupresentation, uppbyggnad, styling och exponering i skyltfönster utifrån koncept målgrupp och argumentera för sina vägval.

Exponering i butiksmiljö	Kan redogöra för de grundläggande exponerings-typerna.	Kan bedöma när en viss typ av exponering och styling är lämplig utifrån verksamhetens koncept, målgrupp och budskap i varje enskild exponering (t ex störtexponering)	Kan exponera och styla skyltdockor/uppbyggda miljöer på ett, för produkten, professionellt och säljande sätt och kan anpassa exponeringen i butiksmiljö utifrån placering, produkt, budskap och försäljning.
Tillgänglighet	Känner till gällande krav på tillgänglighet generellt och övriga krav inom den egna branschen (tillgänglighet, säkerhet, brandfarliga produkter mm).	Kan bedöma och anpassa utformningen av en butiksmiljö utifrån gällande krav på tillgänglighet, säkerhet, brandfarliga produkter mm.	Kan anpassa den egna butiksmiljön utifrån de specifika krav och förväntningar på tillgänglighet och säkerhet som gäller för den egna verksamheten.
Ljussättning	Kan redogöra för de vanligast förekommande typerna av belysning och hur man ljussätter butik och skyltfönster.	Kan ljussätta butik och skyltfönster utifrån de specifika ytornas behov.	Kan skapa en professionell ljussättning på butiksytor och i skyltfönster utifrån de olika ytornas behov och önskad effekt.
Presentationsteknik	Känner till olika typer av presentationsverktyg såsom PowerPoint, moodboards och 3D-visualisering.	Kan skapa och hålla i en professionell presentation med stöd av olika presentationsverktyg i såväl fysiskt som digitalt forum.	Kan anpassa presentationen och val av presentationsverktyg utifrån mottagare och syfte.
2D & 3D visualisering	Kan ge exempel på ritprogram som kan användas för 2D & 3D-visualisering av butikslayout, skyltfönster och butiksytor samt kunna förstå en byggritning.	Kan hantera de grundläggande funktionerna i lämpligt ritprogram för att skapa skalenliga butikslayouter och skyltfönster-skisser samt tyda och förstå en byggritning.	Kan omsätta en byggritning i praktiken (skapa miljöer enligt ritning).
Planogram	Kan redogöra för begreppet ”planogram” och vad det innebär i praktiken.	Kan skapa relevanta planogram i lämpliga digitala design- eller ritprogram utifrån verksamhetens ytor, inredning, sortiment och försäljning.	Kan skapa planogram med en professionell standard utifrån både ett visuellt perspektiv och ur ett försäljningsperspektiv.

Omvärldsbevakning	Kan ge exempel på vad omvärldsanalys kan innebära som visual merchandiser	Kan bevaka nyheter, analyser, och trender relevanta för visual merchandiserrollen och den egna verksamheten.	Kan omvärldsbevaka som en del av yrkesvardagen och på ett sätt som är anpassat till visual merchandiserrollen och i syfte att främja den egna verksamheten.
Ergonomi	Kan ge exempel på situationer/arbetsuppgifter då ergonomi är viktigt för en visual merchandiser	Kan arbeta utifrån ett ergonomiskt perspektiv inom den egna yrkesrollen.	Kan utveckla sitt dagliga arbete utifrån ett ergonomiskt perspektiv.