



I. IDENTIFICACIÓ DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

Denominació: Activitats de venda

Codi: COMV0108

Família professional: Comerç i màrqueting

Nivell de qualificació professional: 2

Qualificació professional de referència:

COM085_2 Activitats de venda (Reial decret 295/2004, de 20 d'octubre, i les modificacions publicades en el Reial decret 109/2008, d'1 de febrer).

Relació d'unitats de competència que configuren el certificat de professionalitat:

UC0239_2: Realitzar la venda dels productes i/o serveis a través dels diferents canals de comercialització.

UC0240_2: Realitzar les operacions auxiliars a la venda.

UC0241_2: Executar les accions del servei d'atenció al client/a consumidor/a usuari/usuària.

UC1002_2: Comunicar-se en anglès amb un nivell d'usuari independent en les activitats comercials.

Competència general:

Executar les activitats de venda dels productes i/o serveis a través dels diferents canals de comercialització establint les relacions amb els clients de la manera més satisfactòria, assolint els objectius proposats per l'organització i establint vincles que propiciïn la fidelització del client.

Entorn professional:

Àmbit professional:

Aquest professional exercirà la seva activitat en qualsevol sector productiu en l'àrea de comercialització:

- En establiments comercials petits, mitjans o grans treballarà per compte aliena en les diferents seccions comercials.
- En la comercialització de productes i serveis per compte pròpia i aliena fora de l'establiment comercial.
- En les PIME i les empreses industrials en el departament comercial.
- En el departament d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària:
 - . Organismes públics.
 - . Empresas grans i mitjanes industrials i comercials.

Sectors productius:

Els subsectors principals en els quals pot desenvolupar la seva activitat són: empreses industrials (departament comercial), comerç al major, comerç al detall, comerç integrat, comerç associat i agències comercials.



Ocupacions o llocs de treball relacionats:

4601.002.5 Caixer/a de comerç.
5330.001.0 Dependent/a de comerç.
Venedor/a.
Promotor/a comercial.
Operador de centre d'atenció multicanal.
Teleoperadors/ores de centre d'atenció telefònica.
Televenedor/a.
Operador/a de venda en comerç electrònic.
Tècnic/a d'informació i atenció al client.

Durada de la formació associada: 590 hores

Relació dels mòduls formatius i de les unitats formatives:

MF0239_2: Operacions de venda (160 hores)

- UF0030: Organització de processos de venda (60 hores)
- UF0031: Tècniques de venda (70 hores)
- UF0032: Venda en línia (30 hores)

MF0240_2: Operacions auxiliars a la venda (140 hores)

- UF0033: Aprovisionament i emmagatzematge en la venda (40 hores)
- UF0034: Animació i presentació del producte en el punt de venda (60 hores)
- UF0035: Operacions de caixa en la venda.(40 hores)

MF0241_2: Informació i atenció al client/a consumidor/a usuari/ària (120 hores)

- UF0036: Gestió de l'atenció al client/a consumidor/a (60 hores)
- UF0037: Tècniques d'informació i atenció al client/a consumidor/a (60 hores)

MF1002_2: Anglès professional per a activitats comercials (90 hores)

MP0009: Mòdul de pràctiques professionals no laborals d'activitats de venda (80 hores)

II. PERFIL PROFESSIONAL DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

Unitat de competència 1

Denominació: Vendre els productes i/o serveis a través dels diferents canals de comercialització

Nivell: 2

Codi: UC0239_2

Realitzacions professionals i criteris de realització

RP1: Determinar les línies pròpies d'actuació comercial en la venda, ajustant el pla d'acció definit per l'empresa, a les característiques específiques de cada client.

CR1.1 Els paràmetres per a l'actuació comercial pròpia s'identifiquen consultant, en cas necessari, les fonts d'informació en i fora de línia i almenys les següents:



- D'empresa: imatge corporativa, posicionament, públic objectiu i valors diferencials amb la competència, entre altres.
- De mercat: volum de vendes, normes d'actuació i objectius comercials entre altres.
- De producte i/o servei: polítiques de preu, característiques i atributs del producte/servei, gamma i/o categories de productes, usos, garantia i serveis complementaris entre altres.

CR1.2 Les línies pròpies d'actuació en la venda es defineixen amb el compliment del procediment i l'argumentari de vendes establert.

CR1.3 Els punts forts i dèbils, els avantatges i desavantatges del pla d'actuació amb cada client/a s'identifiquen en funció de les característiques de la cartera de clients potencials i reals, l'edat, el potencial de compra, les comandes fetes i les comandes pendents de tancar entre altres.

CR1.4 El pla d'acció de vendes s'organitza tenint en compte els paràmetres comercials identificats i, d'acord amb els objectius establerts per l'organització, utilitzar, en el seu cas, les aplicacions informàtiques adequades i amb el detall de:

- Planificació de visites i gestió dels temps, rutes, freqüències i nombre entre altres.
- Objectius de venda i argumentari per a cada client.
- Possibilitat d'ampliació de la cartera de clients.
- Condicions ofertades i si s'escau marges de negociació.
- Límits d'actuació.

CR1.5 El fitxer de clients es manté actualitzat amb la incorporació de la informació rellevant de cada contacte comercial i també la que permet mantenir les relacions comercials amb els clients i establir nous contactes amb d'altres, utilitzant si cal, les aplicacions informàtiques de bases de dades.

CR1.6 Els clients susceptibles de formar parte del pla de fidelització se seleccionen utilitzant criteris comercials i la informació disponible a l'empresa, fent servir, si s'escau, les eines de gestió de relació amb els clients (*Customer Relationship Management CRM*)

RP2: Atendre i satisfer les necessitats del client tenint en comte els objectius i els productes i/o serveis de l'empresa.

CR2.1 Els clients es contacten a través dels diferents canals de comercialització (presencial i no presencial – en i fora de línia) i se'ls classifica d'acord amb les característiques detectades (segment de població, comportament, preguntes plantejades, necessitats i altres) i s'apliquen els criteris adequats en funció del perfil i les característiques.

CR2.2 Les necessitats dels clients s'interpreten per determinar els productes i/o els serveis que els puguin satisfer, fent servir tècniques de preguntes i d'escolta activa i, introduint en el seu cas, aquesta informació en les aplicacions de gestió de relació amb els clients (CRM).

CR2.3 Els productes i serveis que poden satisfer les necessitats dels clients s'identifiquen, assessorant amb claredat i exactitud als clients, dels usos, característiques, preu i beneficis del producte i/o servei i, en el cas de no poder subministrar-los, oferir altres productes o serveis substitutius.

CR2.4 La informació dels productes i serveis se subministra al client de manera ordenada i oportuna i es demostren les habilitats de comunicació i, en tot cas, es prepara una demostració o pràctica del seu ús i maneig.

CR2.5 El lloc i la secció on estan ubicats els productes o els fullets dels serveis, en el cas dels establiments comercials, s'identifica de manera fàcil per evitar temps d'espera i es du a terme l'atenció al client/a en un termini que no perjudiqui el funcionament de l'establiment comercial i/o als objectius de venda establerts fent servir, si s'escau, les eines informàtiques disponibles.

CR2.6 La imatge personal s'adequa a les normes i als criteris establerts per l'organització per a l'atenció al públic.



CR2.7 La forma de expressió oral o escrita s'adequa a la que utilitza el client/a de forma que se'n promogui la venda.

CR2.8 La relació en cada contacte amb el client/a o grup de clients i/o prescriptors se singularitza fent servir, en el seu cas, la informació disponible en l'aplicació informàtica de gestió de la relació amb el client (CRM).

CR2.9 Quan la tipologia del client/a o operació que es va a realitzar sobrepassa la responsabilitat assignada es recorre amb promptitud al superior jeràrquic.

CR2.10 Els dubtes i objeccions que sorgeixen durant la relació comercial es resolen aplicant tècniques de refutació d'objeccions adequades al mitjà de comunicació utilitzat presencial o no presencial (correu electrònic, telèfon, sistemes de missatgeria instantània, entre altres).

RP3: Obtenir la comanda a través dels diferents canals de comercialització utilitzant les tècniques de venda dins dels marges d'actuació de venda establerts per l'empresa.

CR3.1 La informació del client/a en les consultes i/o comandes presencials i no presencials s'obté i es recull d'acord al procediment establert per al seu tractament posterior.

CR3.2 L'estratègia de venda adequada al tipus de clients s'identifica determinant la fórmula i el moment oportú per abordar el tancament de la venda.

CR3.3 L'entrevista amb el client es dirigeix d'acord amb l'estratègia establerta reaccionant amb promptitud davant les incidències no previstes.

CR3.4 La compra es facilita al client creant una atmosfera acollidora i positiva a la compra i actuant de forma educada i amable tant utilitzant mitjans presencials com no presencials.

CR3.5 Les objeccions a la venda presentades pels clients es resolen adequadament utilitzant un estil assertiu de comunicació i basant-se en l'argumentari de venda dut a terme.

CR3.6 Els diferents aspectes de l'operació de venda es tanquen en el procés de negociació dins dels marges establerts fins a aconseguir la signatura de la comanda.

CR3.7 Les condicions que regulen el contracte de compravenda es transmeten clarament al client, emplenant el document corresponent o el model i/o contracte - tipus de compravenda d'acord amb la normativa vigent i els criteris establerts per l'empresa.

CR3.8 En cas de la realització d'una comanda a distància (en la venda per catàleg, Internet, mòbil, televisió interactiva o altres) s'ajuda al client durant la fase d'emplenar el formulari de la comanda.

CR3.9 El preu final i les condicions de venda es transmeten als clients informant-los amb transparència i claredat dels descomptes i recàrrec corresponent al producte i/o servei ofert.

CR3.10 L'operació de cobrament i/o pagament en la venda dels productes i/o serveis es fa adequadament en funció del canal de comercialització i mitjà de pagament utilitzat, en efectiu o fent servir els equips de pagament, a través d'Internet, el telèfon mòbil o altres i garantint-ne la fiabilitat, seguretat i exactitud.

CR3.11 La documentació que acompanya al producte i/o servei es lliura i, si ca, se segella la garantia d'acord amb la normativa vigent i els criteris establerts per l'empresa.

RP4: Atendre i resoldre en el marc de la seva responsabilitat, les reclamacions presentades pels clients d'acord amb els criteris i procediments establerts per l'empresa respectant la normativa vigent de protecció al consumidor.

CR4.1 Davant la queixa o reclamació presentada pel client/a s'adopta una actitud positiva utilitzant un estil assertiu.

CR4.2 El tipus de la reclamació s'identifica emplenant correctament la documentació que es requereixi d'acord amb el procediment establert i s'ha d'informar al client/a del procés que ha de seguir.



CR4.3 Davant les queixes o reclamacions s'adopta una postura segura mostrant interès i presentant possibilitats que facilitin l'acord amb el client/a, aplicant els criteris establerts per l'organització i la normativa vigent en aquest àmbit.

CR4.4 Les reclamacions i queixes es recullen i canalitzen com a font d'informació per analitzar-les posteriorment, fent servir si s'escau, una eina informàtica de gestió de la relació amb els clients (CRM).

CR4.5 La reclamació o incidència que sobrepassa la responsabilitat assignada es canalitza al superior jeràrquic amb promptitud i utilitzant el procediment establert.

CR4.6 Les reclamacions s'atenen i es resolen seguint criteris d'uniformitat i complint el procediment establert respectant la normativa vigent de protecció als consumidors y criteris establertes per l'organització.

RP5: Gestionar els processos de seguiment i postvenda d'acord amb els criteris establerts per l'empresa.

CR5.1 Durant el procés de postvenda la relació amb els clients es manté garantint la seva satisfacció i la idoneïtat del servei utilitzant els sistemes de comunicació en i fora de línia adequats.

CR5.2 Les incidències que puguin sorgir en el procés postvenda es resolen en el marc de la seva responsabilitat, recorrent al superior jeràrquic corresponent.

CR5.3 El seguiment postvenda amb els clients es fa utilitzant els mitjans de comunicació disponibles i complint el pla de fidelització dels clients.

CR5.4 El manteniment del contacte amb els clients es garanteix amb el contacte en dates assenyalades: onomàstica, Nadal i agraïments puntuals entre altres, utilitzant, en el seu cas, l'eina informàtica de gestió de la relació amb els clients (CRM) i utilitzant els mitjans de comunicació adequats: correu electrònic, correu postal, trucada telefònica i missatgeria mòbil entre altres.

Context professional

Mitjans de producció i/o creació de serveis

Equips: ordinadors personals en xarxa local amb connexió a Internet, telèfons mòbils, agendes electròniques, televisió digital, terminals de punt de venda (TPV). Calculadora. Equips de registre de cobrament. Equips de videoconferència. Fax. Elements informàtics perifèrics de sortida i entrada d'informació. Programes (entorns d'usuari): fulls de càlcul, bases de dades, processadors de textos, aplicacions informàtiques per fer presentacions, aplicació de gestió de correu electrònic, aplicacions informàtiques de gestió de la relació amb el client (CRM), aplicacions informàtiques de planificació comercial, aplicacions informàtiques de gestió de missatgeria mòbil, navegadors d'Internet, Intranet, eines de seguretat a Internet (SSL), aplicacions informàtiques per al cobrament: targetes de crèdit i/o debit, cobrament mitjançant telèfons mòbils, cobrament mitjançant correu electrònic i altres. Missatgeria instantània.

Productes o resultat del treball

Venda del producte o servei. Cobrament de les operacions de venda. Fitxer mestre dels clients. Pla propi d'acció de vendes. Part de visites als clients. Plans de postvenda i fidelització als clients. Resolució de queixes dels clients i incidències en la venda. Control de qualitat del servei prestat en la venda.

Informació utilitzada o generada

Catàlegs de productes o serveis. Mostrari de productes. Llistat de preus i ofertes. Ordres de comanda. Argumentari de vendes. Factures i albarans. Contracte de compravenda. Mitjans de pagament. Informació sobre el sector, marques, preus, gustos, preferències, competència i altres. Informació general i comercial de l'empresa. Pla de màrqueting. Pla de vendes. Llistat de classificació dels clients. Full de visites als



clients reals i potencials. Fitxes dels clients. Bases de dades. Informació tècnica i d'ús o consum del producte o servei que es comercialitza. Rànquing de productes o serveis. Arguments de venda, model de queixes o reclamacions. Textos sobre temes comercials. Suports publicitaris en línia i fora de línia (fullets, bàners, anuncis emergents, correu electrònic). Revistes especialitzades. Informació de l'estoc en el magatzem. Pàgina web.

Unitat de competència 2

Denominació: Realitzar les operacions auxiliars a la venda

Nivell: 2

Codi: UC0240_2

Realitzacions professionals i criteris de realització

RP1: Executar la gestió del magatzem de l'establiment comercial aplicant els criteris establerts i la normativa vigent.

CR1.1 Les comandes de reaprovisionament es fan en funció de les necessitats i d'acord amb el procediment establert, utilitzant, en el seu cas, aplicacions informàtiques de gestió de magatzem.

CR1.2 El producte rebut se supervisa, es detecten els possibles defectes en la quantitat, qualitat, data de caducitat, danys i pèrdues, es comprova la seva idoneïtat per a la venda i també que s'ajusta a les condicions contractades.

CR1.3 L'albarà que acompanya les entrades dels productes es compara amb la comanda corresponent i es comproven els preus, els descomptes, les unitats i les operacions aritmètiques realitzades, fent servir si s'escau, els equips informàtics adequats (agendes electròniques, lectors de codi de barres...)

CR1.4 La gestió del magatzem es farà integrant-se i adaptant-se a un equip, col·laborant o complint les ordres segons els casos.

CR1.5 De les partides defectuoses o que no s'ajusten a la comanda se'n gestiona la devolució al proveïdor introduint, en el seu cas, la informació necessària en el mòdul de gestió de devolucions de l'aplicació informàtica de magatzem.

CR1.6 La mercaderia s'ubica d'acord amb criteris d'optimització de l'espai i de rendibilitat prèviament establerts aplicant-hi les normes de salut i higiene.

CR1.7 Es detecten els trencaments d'estoc, s'informa i es proposen alternatives a la direcció comercial o als caps immediats.

CR1.8 L'inventari es fa en el format adequat i en la data establerta ja sigui mitjançant un procediment manual o informatitzat.

CR1.9 La pèrdua desconeguda es mesura a partir de la realització de l'inventari.

RP2: Intervenir en la implantació i l'animació aplicant els criteris establerts per l'empresa i la normativa vigent.

CR2.1 La mercaderia s'implanta i ordena en el punt de venda utilitzant criteris comercials de complementaritat, ordre, color, talles o venda multiplicativa, de conformitat sempre amb la normativa de salut i higiene.

CR2.2 La informació del producte i/o servei (imatges, preus, característiques...) s'incorporen al lloc web d'acord amb els criteris definits en l'eina de gestió de continguts del web.

CR2.3 Es comprova l'estat de les etiquetes i dels cartells de suport.

CR2.4 Es revisen i actualitzen, en funció de les necessitats, els productes i/o serveis i la seva informació en el lloc web i també els elements publicitaris inclosos (bàners, patrocini...) a través de l'eina de gestió de continguts del web.



CR2.5 L'etiquetatge del producte es fa sempre que sigui necessari respectant la normativa legal i els procediments establerts.

CR2.6 En els expositors i el mobiliari disponible s'hi col·loca l'assortiment i es reposa sempre que sigui necessari d'acord amb el procediment establert.

CR2.7 La mercaderia es protegeix amb sistemes antifurt i, en cas que es produís, s'actua seguint les pautes establertes.

RP3: Informar a la direcció comercial/caps de les activitats de venda i es transmeten suggeriments i conclusions.

CR3.1 A la direcció comercial/caps directes se'ls informa periòdicament i de forma clara de:

- L'assortiment.
- El trencament d'estocs.
- Els defectes i anomalies en l'assortiment.
- Els excedents d'estocs.
- Les talles.
- La demanda:
 - . Detecció de nous productes i/o serveis.
 - . Productes i/o serveis oferts per la competència.
 - . Tendències i modes detectades a través de la relació amb els clients.
- Els clients.
 - Els segments dels clients comercialment interessants per a l'organització diferenciant-los i establint les tàctiques i estratègies tendents a:
 - . Fidelitzar i vincular els clients. Incrementar la venda. Detectar àrees de millora amb determinats segments insatisfets
 - . Proposar noves línies de negoci no explorades.

CR3.2 Els informes de venda als clients s'emplenen en temps i forma recollint la informació més rellevant de l'activitat comercial i utilitzant, en el seu cas, les dades disponibles en l'eina de gestió de relació amb clients (CRM). Nombre i volum de comades, nombre de visites, activitats publipromocionals i situació del producte propi i de la competència.

RP4: Dur a terme les operacions de cobrament en la venda dels productes i/o serveis fent servir adequadament els equips disponibles i assegurant-ne la fiabilitat i l'exactitud.

CR4.1 La dotació de la caixa (quantia, talons, albarans, material de embalatge i/o empaquetament, etc.) es comprova a l'inici de la jornada i es determina el lloc apropiat per col·locar els diners, xecs i documents de crèdit.

CR4.2 S'introdueixen en la caixa amb rapidesa i seguretat els codis dels preus dels articles vigents o modificats a fi de mantenir actualitzats els preus i el serveis concertats.

CR4.3 Emplenament correcte dels xecs d'acord amb la legislació vigent; es verifica i es fan les comprovacions de seguretat que validen les targetes de crèdit/dèbit utilitzades com a mitjans de pagament tant en la venda presencial como no presencial (imports de compra que no superin els límits establerts, usuaris registrats, etc.)

CR4.4 En el cas que el pagament es faci mitjançant transferència bancària o telèfon mòbil, es realitzaran les comprovacions establertes quant a fiabilitat i seguretat.

CR4.5 En el cas que el pagament es faci contra reemborsament, s'adjunta en l'enviament del producte la informació i la documentació necessària relativa al pagament i la contractació.

CR4.6 L'anul·lació dels abonaments fets es gestionen d'acord amb les normes establertes que procedeixen a la devolució dels productes que estableixen les normes establertes.

CR4.7 L'operació de cobrament o de pagament en efectiu finalitza amb el lliurament del canvi correcte, proporcionant els documents acreditatius de la venda i indicant-hi



l'import de l'operació verbalment amb amabilitat i claredat, utilitzant els equips i terminals físics o virtuals.

CR4.8 Els càlculs necessaris per efectuar la conversió de moneda diferent a l'euro es fan correctament.

CR4.9 L'empaquetament i/o embalatge del producte es fa amb rapidesa i eficiència, tenint en compte l'estètica i la imatge que l'establiment vol transmetre al client.

CR4.10 L'arqueig i el tancament de caixa es fa detectant possibles desviacions amb els registres efectuats, remetent la informació i els comprovants al responsable per a la seva comptabilització.

Context professional

Mitjans de producció i/o creació de serveis

Equips: ordinadors personals en xarxa local amb connexió a Internet, telèfons mòbils, agendas electròniques, televisió, terminals de punt de venda. Calculadora. Equips de registre de cobrament. Materials per empaquetament i embalatge. Mostraris, cartells, expositors, catàlegs. Programes (entorns d'usuari): fulls de càlcul, bases de dades, processadors de textos, aplicacions informàtiques per fer presentacions, aplicació de gestió de correu electrònic, aplicacions informàtiques de gestió de la relació amb els clients (CRM), aplicacions informàtiques de gestió de magatzem, aplicacions informàtiques de gestió de missatgeria mòbil, navegadors d'Internet, Intranet, eines de seguretat en Internet (SSL), aplicacions informàtiques per al cobrament: targetes de crèdit/dèbit/ d'empresa, cobrament mitjançant telèfons mòbils, cobrament mitjançant correu electrònic i altres. Aparells d'etiquetatge i de codificació. Elements informàtics perifèrics de sortida i entrada d'informació.

Productes o resultat del treball/feina

Venda del producte o servei. Cobrament de les operacions de venda. Mercaderies emmagatzemades al lloc adequat d'acord amb els criteris establerts i la normativa de salut i seguretat. Inventari. Ubicació del producte en el punt de venda. Plans de fidelització als clients. Control de qualitat del servei prestat en la venda. Informes sobre la demanda, l'assortiment, perfil i hàbits del client. Informació sobre el sector, marques, preus i d'altres. Informació general i comercial de l'empresa. Empaquetament i embalatge de productes.

Informació utilitzada o generada

Llistat de preus i ofertes. Ordres de comanda. Factures. Albarans. Inventaris de mercaderies. Fitxes de magatzem. Normativa de salut i seguretat. Normativa en matèria de comerç. Pagaré,s xecs, targetes de crèdit/dèbit/ d'empresa, targetes d'empresa, lletres de canvi. Informació sobre el sector, marques, preus, gustos, preferències, competència i d'altres. Informació general i comercial de l'empresa. Pla de màrqueting.

Unitat de competència 3

Denominació: Executar les accions del servei d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària

Nivell: 2

Codi: UC0241_2



Realitzacions professionals i criteris de realització

RP1: Proporcionar directa, telefònicament o per mitjans electrònics la informació requerida pel client/consumidor/usuari a cada una de les consultes realitzades a llengua pròpia o estrangera, d'acord amb el context específic de què es tracti.

CR1.1 En la salutació al client s'apliquen fórmules de cortesia s'atén el tractament protocol·lari i es respecten les normes internes d'atenció al client en funció del canal de comunicació emprat.

CR1.2 Les dades personals dels clients se sol·liciten per accedir, en el seu cas, a la seva informació disponible a l'eina de gestió de relació amb clients (CRM).

CR1.3 Davant d'una petició d'informació se sol·licita a l'interlocutor el temps precís per poder atorgar la resposta correcta si no es conegués, evitant-ne les esperes innecessàries.

CR1.4 De l'interlocutor es recull la suficient informació que permeti gestionar personalment la petició que realitza, o canalitzar aquesta al departament corresponent.

CR1.5 La informació que s'ha d'atorgar a l'interlocutor es recull acudint a les eines de suport al servei d'atenció al client (manuals, Intranet...), al superior, al departament corresponent o a altres fonts, de forma àgil i demostrant seguretat.

CR1.6 Al client se l'assessora amb claredat i exactitud, emprant les eines de comunicació en i fora de línia si estiguessin disponibles.

CR1.7 La informació es proporciona a l'interlocutor amb immediatesa i atorgant les explicacions precises perquè s'interpreti correctament el missatge.

CR1.8 La informació és proporcionada demostrant habilitats en comunicació (escolta activa, retroacció, claredat, concreció...) i utilitzant la llengua pròpia o estrangera.

CR1.9 Les normes de seguretat i confidencialitat es respecten en totes les comunicacions.

RP2: Gestionar un sistema d'informació que optimitzi el cost i temps de tractament i accés a la mateixa d'acord amb les especificacions establertes.

CR2.1 S'emplenen els formularis de registre d'entrades d'informació amb les ressenyes que es consideren mínimes per identificar les característiques essencials de la consulta: número de registre, data d'entrada, nom del client i assumpte, utilitzant, en el seu cas, de les eines de gestió de la relació amb el client (CRM).

CR2.2 Totes les consultes, peticions, incidències, respostes i reclamacions es registren manualment o per procediments informàtics aplicant tècniques d'arxiu, organitzant-les per ordre d'entrada per atendre a les mateixes, per ordre cronològic i/o per altres criteris establerts.

CR2.3 Del sistema d'informació definit es verifica que compleix amb els requeriments informatius establerts pel departament.

CR2.4 Les actuacions de gestió del sistema d'informació es defineixen integrant-se i adaptant-se a un equip, col·laborant o complint les ordres segons els casos.

CR2.5 Els mètodes de recerca en arxius propis i a la xarxa i les consultes internes o externes de les bases de dades s'apliquen amb eficiència.

CR2.6 Les bases de dades de l'empresa s'actualitzen d'acord amb l'establert i respectant la legislació referent a la protecció de dades i a les normes internes.

CR2.7 La permanència de la informació s'assegura mitjançant una còpia en un disc de seguretat i respectant les normes de conservació dels suports.

CR2.8 Les eines de gestió de relació amb clients (CRM) s'utilitzen d'acord amb les especificacions rebudes.

RP3: Intervenir en el procés de gestió de la qualitat del servei prestat per l'empresa, analitzant necessitats i grau de satisfacció de les mateixes.

CR3.1 Els defectes detectats en els productes i/o serveis es transmeten al departament corresponent per millorar la seva qualitat.



CR3.2 La informació registrada i arxivada (consultes, peticions, incidències i reclamacions) es compara amb les necessitats dels clients per detectar possibles modificacions en el nivell de servei prestat.

CR3.3 Les propostes i les conclusions es presenten a través d'informes sobre la satisfacció dels clients i les seves necessitats, suggerint mesures que puguin optimitzar la qualitat del servei deixat utilitzant, en el seu cas, les eines informàtiques per realitzar presentacions.

CR3.4 Les actuacions de gestió de la qualitat del servei es defineixen integrant-se i adaptant-se a un equip col·laborant o complint les ordres segons els casos.

Context professional

Mitjans de producció i/o creació de serveis

Equips: ordinadors personals en xarxa local amb connexió a Internet. Elements informàtics perifèrics de sortida i entrada d'informació. Suports i materials d'arxiu. Material d'oficina. Programes (entorns d'usuari): processadors de text, bases de dades, fulls de càlcul, programes de gestió de relació amb els clients (CRM). Navegadors d'Internet. Sistemes d'ajuda a la navegació en Internet, sistemes de missatgeria instantània. Equips de videoconferència. Fax. Elements informàtics perifèrics de sortida i entrada d'informació.

Productes o resultat del treball

Comunicacions fluides tant internes com externes. Transmissió òptima de la imatge de l'empresa/organització Informació i assessorament als clients, consumidors i usuaris de béns i serveis. Aplicació correcta del protocol interpretació de missatges orals i escrits. Desenvolupament i aplicació d'habilitats socials i de comunicació de bases de dades i documents en matèria d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària. Control de qualitat del servei prestat.

Informació utilitzada o generada

Publicacions, bases de dades, informació dels diferents sectors productius i dels serveis existents al mercat. Organigramas de l'empresa. Informació tècnica i d'ús o consum del producte o servei que es comercialitza. Llei orgànica de protecció de dades. Llei de serveis de la societat de la informació. Llei de condicions generals de la contractació. Revistes especialitzades. Butlletins oficials. Mitjans de comunicació. Informació d'organismes oficials (cambres de comerç, associacions...). Mitjans de comunicació. Llei general de defensa dels consumidors i usuaris. Lleis autonòmiques de protecció al consumidor.

Unitat de competència 4

Denominació: Comunicar-se en anglès amb un nivell d'usuari independent en activitats comercials

Nivell: 2

Codi: UC1002_2

Realitzacions professionals i criteris de realització

RP1: Interpretar la informació oral en anglès per atendre i satisfer les necessitats/reclamacions del client/consumidor.



CR1.1 Les necessitats del client s'interpreten de converses i entrevistes, presencials o a distància, en llenguatge estàndard contrastant la informació rebuda amb el client/a consumidor/a usuari/ària.

CR1.2 Els detalls rellevants per a la satisfacció de les necessitats del client/a consumidor/a usuari/ària: característiques del producte, preu, condicions de pagament i transport s'extreuen de manera suficient, requerint, en el seu cas, els aclariments necessaris per a la seva completa comprensió.

CR1.3 Les instruccions orals, en llengua estàndard, d'ús dels productes o treball, clares i breus s'interpreten amb facilitat.

CR1.4 La informació rellevant, en una reclamació comercial oral, s'interpreta amb facilitat per canalitzar la seva resolució al seu nivell de responsabilitat.

RP2: Interpretar informació escrita, breu i estructurada, de documents comercials bàsics, utilitzant en cas necessari, el diccionari o les eines de traducció.

CR2.1 Les dades i informació de documents comercials bàsics, demanats, factures i/o mitjans de pagament entre d'altres, s'interpreten de manera suficient per atendre i satisfer el client/a consumidor/a usuari/ària buscant en el diccionari els termes desconeguts per a la seva completa comprensió.

CR2.2 Els texts, breus i estructurats, de normativa de comerç i consum, ús de productes o treball/feina s'interpreten amb facilitat requerint, en cas necessari, petites consultes o aclariments per a la seva completa comprensió.

CR2.3 Les línies argumentals i punts essencials d'articles, texts i/o correspondència comercial relatives a l'activitat comercial s'extreuen amb facilitat després d'una lectura ràpida.

CR2.4 La informació continguda en argumentaris - tipus de venda/atenció a clients s'interpreta de manera suficient buscant al diccionari els termes desconeguts per a la seva completa comprensió.

RP3: Expressar-se oralment amb naturalitat afavorint les relacions amb el client/a en situacions de comunicació presencial o a distància.

CR3.1 El missatge oral, presencial o a distància, es du a terme de forma cordial, natural i amb detall suficient per respondre a les necessitats del client/a consumidor/a usuari/ària.

CR3.2 El contingut del discurs oral es fa adequat-lo a les condicions socioculturals de l'interlocutor aplicant les normes de cortesia, cultura o altres adequades a contextos de comunicació formal i informal.

CR3.3 Els missatges orals s'adapten al canal de comunicació, presencial o a distància, per garantir la correcta transmissió del mateix.

CR3.4 Els arguments o opcions de resolució, en diferents situacions professionals comercials de venda i/o reclamació s'exposen amb recursos lingüístics suficients, utilitzant un llenguatge persuasiu i clar.

RP4: Redactar missatges escrits senzills i documents bàsics propis de les activitats comercials utilitzant les eines de traducció que procedeixin.

CR4.1 La terminologia de la documentació comercial bàsica senzilla s'identifiquen ajustant-se a criteris de correcció lèxica, gramatical i semàntica i, en cas necessari, utilitzant les eines idònies per a la seva interpretació.

CR4.2 La documentació bàsica en les activitats de relació amb els clients i/o consumidors: cartes comercials, faxes, correus electrònics, factures, fulls de reclamacions i mitjans de pagament s'emplena en llenguatge estàndard conforme a la terminologia, estructura i presentació adequades al tipus de document.

CR4.3 La correspondència i missatges de comunicació escrita es redacten d'acord al registre formal i/o informal i usos habituals en el mitjà o canal de comunicació utilitzat amb el client i/o consumidor, Internet, correu, missatge de text, entre d'altres.



CR4.4 El llenguatge abreujat de les comunicacions escrites s'utilitza amb propietat en faxos, fòrums en línia, xats, missatges de text, entre d'altres, de manera que s'agiliti i afavoreixin les relacions amb el client/a consumidor/a usuari/ària.

RP5: Comunicar-se oralment, amb fluïdesa i espontaneïtat, en situacions de comunicació interpersonal amb un client/consumidor.

CR5.1 L'entrevista/consulta amb un client/consumidor es du a terme amb desimboltura fent les preguntes i objeccions sense problemes i sol·licitant en cas necessari l'ampliació d'informació necessària per a la seva comprensió exacta.

CR5.2 Les converses informals de diversa índole tractant experiències personals, emocions, interessos, esdeveniments d'actualitat i d'altres es desenvolupen amb fluïdesa afavorint la interacció amb l'interlocutor convidant-lo a participar i amenitzant la conversa.

CR5.3 En contextos professionals de reclamacions, s'interactua amb el client/consumidor amb recursos lingüístics i tècnics suficients, confirmant i contrastant la informació i improvisant preguntes sobre els aspectes necessaris.

CR5.4 El llenguatge corporal i la comunicació no verbal s'adequa a les condicions socioculturals del client/consumidor o usuari, en les comunicacions orals presencials, assegurant la recepció i interpretació adequada dels missatges.

Context professional

Mitjans de producció i/o creació de serveis

Xarxes locals, intranets i Internet. Equips informàtics, navegadors, correu electrònic. Aplicacions informàtiques d'entorn usuari i específiques: diccionaris, traductors, o altres, programes per a videoconferència i programes de presentació. Material i mobiliari de botiga/tenda.

Productes o resultat del treball

Comunicacions en anglès amb clients. Venda de productes/serveis. Documentació comercial bàsica en anglès. Emplenament de fulls de reclamació en anglès. Resolució de queixes amb consumidors angloparlants. Adequació sociolingüística de converses en anglès amb clients i/o consumidors.

Informació utilitzada o generada

Documentació comercial. Argumentaris de venda en anglès. Fulls de reclamacions. Manuals a llengua anglesa de: correspondència, gramatical, usos i expressions. Diccionaris bilingües, de sinònims i antònims.

III. FORMACIÓ DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

MÒDUL FORMATIU 1

Denominació: Operacions de venda

Codi: MF0239_2

Nivell de qualificació professional: 2

Associat a la unitat de competència:

UC0239_2: Realitzar la venda de productes i/o serveis a través dels diferents canals de comercialització.



Durada: 160 hores

UNITAT FORMATIVA 1

Denominació: Organització de processos de venda

Codi: UF0030

Durada: 60 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb les RP1, RP2, RP3, RP4 i RP5 en el referit als processos de venda, la programació de l'actuació comercial del professional, la documentació comercial i l'operativa de càlcul aplicat en venda.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Programar l'actuació en la venda a partir de paràmetres comercials definits i el posicionament de l'empresa/entitat.

CE1.1 Descriure les estructures i formes comercials pel grau d'associació i pel tipus de venda ja sigui presencial i/o no presencial.

CE1.2 Identificar les característiques dels productes i serveis i el posicionament d'una empresa i la seva implicació en el pla de vendes.

CE1.3 Identificar i interpretar la normativa que regula la comercialització dels productes i/o serveis i marques.

CE1.4 Identificar les fonts d'informació en i fora de línia relatives al mercat.

CE1.5 Identificar les dades de la cartera dels clients potencials i reals d'interès per establir el pla d'actuació comercial emprant, en el seu cas, les eines de gestió de relació amb els clients (CRM) i les eines de gestió de bases de dades.

CE1.6 Descriure les característiques i l'estructura d'un argumentari tècnic de vendes precisant-ne la funció.

CE1.7 Especificar la documentació professional necessària per desenvolupar convenientment l'operació de venda.

CE1.8 Identificar els sistemes de comunicació presencial i no presencial.

CE1.9 A partir d'informació convenientment detallada sobre objectius de venda, nombre i tipus de clients, característiques dels productes i/o serveis de venda i jornada laboral o temps disponible, elaborar una programació de l'acció de venda pròpia, utilitzant en el seu cas, una aplicació de planificació comercial, que contingui:

- Rutes que optimitzin el temps i cost.
- Nombre i freqüències de visita.
- Línies i marges d'actuació per a la consecució d'objectius.
- Argumentari de vendes.
- Classificació clients segons criteris objectius de perfils i hàbits de consum.
- Actualització de la informació de la cartera de clients.

CE1.10. Analitzar i valorar el treball en equip en el desenvolupament de l'activitat professional, així com la importància de la cultura corporativa en les actuacions comercials.

C2: Confeccionar els documents bàsics derivats de l'actuació en la venda, aplicant la normativa vigent i d'acord amb uns objectius definits.

CE2.1 Identificar la documentació annexa a les operacions de compravenda.

CE2.2 Identificar i interpretar la normativa aplicable al contracte de compravenda i a la factura.

CE2.3 A partir de la caracterització d'un producte o servei, un objectiu comercial i unes condicions de venda base prefixades:

- Elaborar l'oferta que es presentarà a un client, utilitzant en el seu cas, la informació obtinguda de l'aplicació informàtica de gestió de la relació amb el client (CRM) i la informació subministrada per les eines d'ajuda al punt de venda (manuals, Intranet, entre d'altres).

CE2.4 A partir d'unes condicions pactades en la venda d'un producte o servei, emplenar els documents que formalitzin l'operació d'acord amb la normativa aplicable i utilitzant en el seu cas un programa informàtic adequat.

C3: Realitzar els càlculs derivats d'operacions de venda definides, aplicant les fórmules comercials adequades.

CE3.1 Definir les fórmules i conceptes d'interès, descompte i marges comercials.

CE3.2 Descriure les variables que intervenen en la formació del preu de venda.

CE3.3 En un supòsit pràctic en el qual es caracteritza una venda amb ajornament de pagament i condicions especials en el procés pactat:

- Calcular els interessos d'ajornament.
- Calcular les quotes de pagament.
- Calcular el preu final de l'operació aplicant la fórmula adequada.
- Interpretar el resultat.

CE3.4 En un supòsit pràctic que quantifica els diferents tipus de cost que han intervingut en l'obtenció d'un producte, percentatge de marge comercial previst, percentatge de descompte possible en funció de les condicions de pagament i impostos que graven l'operació de venda, calcular:

- Descomptes en funció de les diferents opcions de pagament descrites.
- Preu de venda total, incloent-hi, en el seu cas, altres despeses.
- Proporcions comercials.

Continguts

1. Organització de l'entorn comercial

- Estructura de l'entorn comercial:
 - . Sector comerç: comerç al detall i a l'engròs.
 - . Comercialització en altres sectors: el departament comercial i el departament de vendes.
 - . Agents: fabricants, distribuïdors, representants comercials i consumidors.
 - . Relacions entre els agents.
- Fórmules i formats comercials.
- Tipus de venda: presencial i no presencial.
- Representació comercial: representants i agents comercials.
- Distribució comercial: grans superfícies, centres comercials.
- Franquícies.
- Associacionisme.
- Evolució i tendències de la comercialització i distribució comercial. Fonts d'informació i actualització comercial.
- Estructura i procés comercial en l'empresa.
- Posicionament i imatge de marca del producte, servei i els establiments comercials.
- Normativa general sobre comerç:
 - . Llei d'ordenació del comerç minorista.
 - . Vendes especials
 - . Venda amb i sense establiment.
- Normativa local al comerç minorista: horaris d'obertura i d'altres.
- Drets del consumidor:
 - . Tipus de drets del consumidor.
 - . Devolucions.
- Garantia: responsabilitats del distribuïdor i del fabricant.



2. Gestió de la venda professional

- El venedor professional:
 - . Tipus de venedors: visitador, agent comercial, venedor tècnic, dependent o d'altres.
 - . Tipus de venedors en l'àmbit jurídic: agents, representants i distribuïdors.
 - . Perfil: habilitats, aptituds i actituds personals.
 - . Formació de base i perfeccionament dels venedors.
 - . Autoavaluació, control i personalitat. Desenvolupament personal i autoestima.
 - . Carrera professional i incentius professionals.
- Organització del treball dels venedor professionals.
 - . Planificació del treball: l'agenda comercial.
 - . Gestió de temps i rutes: anual, mensual i setmanal.
 - . La visita comercial. La venda freda.
 - . Argumentari de vendes: concepte i estructura.
 - . Prospecció i captació dels clients i tractament de la informació comercial derivada.
 - . Gestió de la cartera dels clients. Les aplicacions de gestió de les relacions amb els clients (CRM "*Customer Relationship Management*")
 - . Planificació de visites: previsió de temps, cadència i gestió de rutes.
- Maneig de les eines de gestió de tasques i planificació de visites.

3. Documentació pròpia de la venda dels productes i serveis

- Documents comercials:
 - . Documentació dels clients: fitxes i documents amb informació del client en general.
 - . Documentació dels productes i serveis: catàlegs, fullets publipromocionals o altres.
 - . Documents de pagament: xecs, paguessis, transferències i lletres.
- Documents propis de la compravenda:
 - . Ordre de comanda.
 - . Factura.
 - . Rebut.
 - . Justificants de pagament.
- Normativa i usos habituals en l'elaboració de la documentació comercial.
- Elaboració de la documentació:
 - . Elements i estructura de la documentació comercial.
 - . Ordre i arxiu de la documentació comercial.
- Aplicacions informàtiques per elaborar i organitzar la documentació comercial.

4. Càlcul i aplicacions pròpies de la venda

- Operativa bàsica de càlcul aplicat en venda:
 - . Sumes, restes, multiplicacions i divisions.
 - . Taxes, percentatges.
- Càlcul del PVP (preu de venda al públic):
 - . Concepte.
 - . Preu mínim de venda.
 - . Preu competitiu.
- Estimació de costos de l'activitat comercial:
 - . Costos de fabricació i costos comercials.
 - . Costos de visites i contacte.
 - . Promocions comercials i animació: cost i rendibilitat
- Fiscalitat:
 - . IVA . Impostos especials.
- Càlcul de descomptes i recàrrecs comercials.
- Càlcul de rendibilitat i marge comercial.
- Càlcul de comissions comercials.
- Càlcul de quotes i pagaments ajornats: interessos.
- Aplicacions de control i seguiment de comandes, facturació i comptes de clients.
- . Control i seguiment de costos marges i preus.



- Eines i instruments per al càlcul aplicats en venda:
 - . Funcions del càlcul del TPV (terminal punt de venda)
 - . Fulls de càlcul i aplicacions informàtiques de gestió de la informació comercial.
 - . Utilització d'altres aplicacions per a la venda.

UNITAT FORMATIVA 2

1. Denominació: Tècniques de venda

2. Codi: UF0031

3. Durada: 70 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb les RP1, RP2, RP3, RP4 i RP5 en el referit a l'aplicació de les tècniques de venda.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar les tècniques adequades en la venda dels productes i serveis a través dels diferents canals de comercialització diferent d'Internet.

CE2.1 Descriure i explicar les tècniques bàsiques de fidelització, analitzant els elements racionals i emocionals que intervenen.

CE1.2 Descriure les qualitats que ha de posseir i les actituds que ha de desenvolupar un venedor en les relacions comercials ja sigui per a la venda presencial com no presencial.

CE1.3 Identificar les variables que intervenen en la conducta i les motivacions de compra del client/a.

CE1.4 Descriure la influència del coneixement de les característiques del producte o servei en la venda.

CE1.5 Especificar formes de provocar diferents vendes addicionals, substitutives i/o complementàries.

CE1.6 A partir d'informació convenientment detallada sobre una empresa determinada, identificar i descriure el posicionament de l'empresa i repercussió en la relació client comercial descrivint les fases fonamentals d'un procés de venda en situacions tipus per a venda presencial.

CE1.7 A partir de la caracterització d'un producte, un suposat grup de clients i emprant, en el seu cas, les aplicacions informàtiques adequades, fer la presentació del producte o servei.

CE1.8 En la simulació d'una entrevista amb un client, a través d'un determinat canal de comercialització i a partir d'informació convenientment caracteritzada:

- Identificar la tipologia del client i les seves necessitats de compra, realitzant les preguntes oportunes, utilitzant, en el seu cas la informació subministrada a través de les eines informàtiques de gestió de clients.

- Descriure amb claredat les característiques del producte, destacant els seus avantatges i la seva adequació a les necessitats del client utilitzant, en el seu cas, la informació subministrada per l'eina d'ajuda al punt de venda (manuals, ajuts electrònics, Intranet o d'altres)

- Mantenir una actitud que faciliti la decisió de compra.

- Rebatre adequadament les objeccions en funció del tipus de client i del canal emprat.

- Avaluar críticament l'actuació desenvolupada.

CE1.9 En la simulació d'una entrevista amb un client presumpte i a partir d'informació convenientment caracteritzada:

- Descriure els criteris comercials per decidir la inclusió d'un client en el pla de fidelització.
- Determinar les àrees d'actuació dins de la seva responsabilitat que singularitzen la relació.
- Aplicar les tècniques de comunicació i habilitats socials que faciliten l'empatia amb el client.
- Aplicar les tècniques per potenciar el record i el vincle del client.

C2: Aplicar les tècniques de resolució de conflictes i reclamacions seguint criteris i procediments establerts

CE2.1 Identificar les tècniques per preveure conflictes.

CE2.2 Identificar la naturalesa dels conflictes i reclamacions.

CE2.3 Descriure les tècniques que s'utilitzen per afrontar les queixes i reclamacions dels clients.

CE2.4 Identificar la documentació que s'utilitza per recollir una reclamació i definir la informació que ha de contenir.

CE2.5 Descriure el procés que ha de seguir una reclamació.

CE2.6 En la simulació d'una d'entrevista amb un client, convenientment caracteritzada i establerta per atendre determinats aspectes d'una reclamació:

- Elaborar un pla d'actuació en el qual s'estableixin les fases que s'han de seguir.
- Aplicar tècniques de comportament assertiu, resolutiu i positiu.
- Emplenar correctament la documentació requerida a través del corresponent formulari, en i fora de línia.
- Confeccionar un informe amb les dades de la reclamació i les queixes, introduint en el seu cas aquesta informació a l'eina informàtica de gestió de reclamacions.

C3: Aplicar procediments de seguiment de clients i de control del servei postvenda.

CE3.1 Explicar el significat i la importància del servei postvenda en els processos servei en la venda.

CE3.2 Identificar les situacions comercials que necessiten seguiment i postvenda.

CE3.3 Descriure els mètodes més utilitzats habitualment en el control de qualitat del servei postvenda.

CE3.4 Descriure els moments o fases que estructurin el procés de postvenda.

CE3.5 A partir d'informació, convenientment detallada sobre el sistema de seguiment de clients i procediment de control del servei postvenda d'una empresa, descriure el procediment a seguir des del moment que es té constància d'una incidència en el procés, identificant:

- Les claus que l'han provocat.
- L'àmbit de responsabilitat.
- Actuació d'acord al sistema aplicant els criteris establerts garantint la idoneïtat del servei i incorporant, en el seu cas, la informació obtinguda a l'eina informàtica de gestió de postvenda.

CE3.6 A partir d'un supòsit de fidelització de clients, amb unes característiques establertes, per diferents canals de comunicació i utilitzant, en el seu cas, un programa informàtic.

Elaborar els escrits adequats a cada situació (onomàstica, Nadal, agraïment o d'altres) de forma clara i concisa en funció de la seva finalitat i del canal que s'empri (correu electrònic, correu postal, telèfon, missatges de mòbil, entre d'altres)

Continguts

1.Processos de venda

- Tipus de venda:
 - . La venda presencial i no presencial: similituds i diferències.
 - . La venda freda.

- . La venda en establiments.
- . La venda sense establiment.
- . La venda no presencial: venda telefònica, Internet, catàleg, televenda i altres.
- Fases del procés de venda:
 - Aproximació al client/a, desenvolupament i tancament de la venda.
 - . Fases de la venda no presencial. Diferències i similituds amb la venda presencial.
 - Preparació de la venda:
 - . Coneixement del producte.
 - . Coneixement del client.
 - Aproximació al client/a:
 - . Detecció de necessitats del consumidor/a.
 - . Classificació de les necessitats segons els diferents tipus de criteris.
 - . Hàbits i comportament del consumidor/a. Variables internes i externes que influeixen en el consumidor/a.
 - . El procés de decisió de compra.
 - . Comportament del venedor/a i del consumidor/a en el punts de venda: perfils i motivacions.
 - . Observació i classificació del client.
 - Anàlisi del producte i/o servei:
 - . Tipus de productes segons el punt de venda i l'establiment.
- Atributs i característiques de productes i serveis: característiques tècniques, comercial i psicològiques.
 - . Característiques del producte segon el CVP (cicle de vida del producte)
 - . Formes de presentació: envasos i empaquetament.
 - . Condicions d'utilització.
 - . Preu. Comparacions.
 - . Marca.
 - . Publicitat.
- L'argumentari de les vendes:
 - . Informació del producte al professional de la venda.
 - . L'argument del fabricant.
 - . Selecció d'arguments de venda.

2. Aplicació de tècniques de venda

Presentació i demostració del producte i/o servei.

- . Concepte.
- . Tipus de presentació de productes.
- . Diferències entre productes i serveis.
- Demostracions davant d'un gran nombre de clients.
 - . Diferències entre presentacions a un petit i gran nombre d'interlocutors.
 - . Criteris a considerar en el disseny de les presentacions.
 - . Aplicacions de presentació.
- Argumentació comercial:
 - . Tipus i formes d'arguments.
 - . Tipus i forma d'objeccions.
- Tècniques per a la refutació d'objeccions.
- Tècniques de persuasió a la compra.
- Vendes creuades:
 - . Vendes addicionals.
 - . Vendes substitutives.
- Tècniques de comunicació aplicades en venda:
 - . Aptituds del comunicador efectiu: assertivitat, persuasió, empatia i intel·ligència emocional.
 - . Barreres i dificultats de la comunicació comercial presencial.



- . La comunicació no verbal: la transmissió d'informació a través del comportament i el cos.
- . Tècniques per a la comunicació no verbal a través del cos: mans, mirada, posició, espai entre interlocutors o d'altres.
- Tècniques de comunicació no presencials:
 - . Recursos i mitjans de comunicació no presencial.
 - . Barreres en la comunicació no presencial.
 - . Tècniques de comunicació no presencial: el somriure telefònic.
- . La comunicació comercial escrita: cartes i documentació comercial escrita.

3. Seguiment i fidelització de clients

La confiança i les relacions comercials:

- . Fidelització de clients. Concepte i avantatges.
- . Relacions amb el client i la qualitat del servei: clients prescriptors.
- . Serveis postvenda.
- Estratègies de fidelització:
 - . Màrqueting relacional.
 - . Targetes de punts.
 - . Promocions.
- Externalització de les relacions amb clients: telemàrqueting.
- Aplicacions de gestió de relacions amb el client (CRM).

4. Resolució de conflictes i reclamacions propis de la venda.

Conflictes i reclamacions en la venda:

- . Tipologia: queixes i reclamacions.
- . Diferències i conseqüències.
- Gestió de queixes i reclamacions.
- . Normativa de protecció al consumidor.
- . Drets dels consumidors: responsabilitat de mitjancers i distribuïdors.
- . Documentació i proves.
- . Els fulls de reclamacions: elements i emplenament.
- . Tramitació: procediment i conseqüències de les reclamacions.
- . OMIC: oficines municipals d'informació al consumidor.
- Resolució de reclamacions:
 - . Respostes i usos habituals en el sector comercial.
 - . Resolució extrajudicial de reclamacions: avantatges i procediment.
 - . Junes arbitrals de consum.

UNITAT FORMATIVA 3

1. Denominació: Venda en línia

2. Codi: UF0032

3. Durada: 30 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb les RP1, RP2, RP3, RP4 i RP5 en el referit a l'aplicació de les tècniques de venda.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Definir les variables i utilitats disponibles en Internet –pàgines web, servidors i programari a nivell usuari– per comercialitzar en línia diferents tipus de productes i serveis.



CE1.1 Identificar les variables que intervenen en la conducta i les motivacions de compra del client - internauta.

CE1.2 Descriure les característiques que ha de posseir un pàgina web comercial i els enllaços i utilitats dels bàners per promoure en línia productes i serveis.

CE1.3 A partir d'informació convenientment detallada sobre una empresa determinada que comercialitza els seus productes o serveis en línia:

- Identificar la pàgina web de l'empresa i la imatge i els productes que comercialitza.
- Explicar la repercussió de la seva pàgina web en les seves relacions comercials en i fora de línia.
- Diferenciar els elements claus de la seva pàgina web.
- Avaluar críticament la pàgina web.

CE1.4 Identificar els principals servidors gratuïts per comercialitzar els productes i serveis.

C2: Adoptar criteris comercials en el disseny de pàgines per comercialitzar aplicant tècniques de venda adequades.

CE2.1 Identificar les característiques dels productes i serveis que s'han de ressaltar en una pàgina web comercial per comercialitzar en línia amb èxit.

CE2.2 Descriure i explicar les tècniques bàsiques de fidelització en línia, analitzant els elements racionals i emocionals que intervenen en el client - internauta.

CE2.3 Especificar formes de provocar diferents vendes addicionals, substitutives i/o complementàries en la comercialització i el disseny de pàgines web.

CE2.4 Adaptar les tècniques de venda a la comercialització en línia.

-Transmetre informació del producte i les condicions de venda amb claredat i precisió de forma oral i/o escrita.

CE2.4 En la simulació d'una comercialització en línia dels productes i/o serveis i a partir d'informació convenientment caracteritzada:

- Identificar la tipologia del client - internauta.
- Identificar les seves necessitats de compra, utilitzant la informació subministrada a través de les eines informàtiques de gestió de clients.
- Identificar i seleccionar la informació de les característiques del producte i/o serveis que permeti destacar els avantatges i l'adequació a les necessitats del client.
- Dissenyar una pàgina web amb criteris d'usabilitat i facilitat a la compra en línia adequats, utilitzant un programari a nivell d'usuari.
- Avaluar críticament la pàgina web desenvolupada.

CE2.5 Analitzar els elements i materials de comunicació comercial i la seva ubicació en un presumpte punt de venda virtual.

CE2.6 A partir d'un supòsit pràctic en el qual es proporciona una eina de gestió de continguts d'un lloc web, elements publicitaris (bàners, anuncis emergents, etc.), informació sobre els productes i/o serveis (imatges, preus, característiques...) i la informació subministrada per l'eina d'anàlisi de navegació de clients:

- Distingir les zones fredes i calentes.
- Proposar canvis per escalfar les zones fredes.
- Supervisar l'estat de la informació subministrada als clients.
- Elaborar un informe amb els resultats del procés utilitzant mitjans i medis informàtics.

CE2.7 Identificar els mitjans de pagament utilitzats habitualment en la comercialització en línia i criteris de seguretat aplicats habitualment.

CE2.8 A partir de la caracterització d'un producte, un presumpte grup objectiu de clients - internautes als quals es dirigeix i emprar les aplicacions i programari informàtic a nivell usuari de disseny de pàgines web, realitzar la presentació del producte o servei en una pàgina web recollint fotos, elements i textos que permetin descriure les característiques del producte i/o servei i client.

C3: Aplicar procediments de seguiment i atenció al client seguint criteris i procediments establerts en les situacions comercials en línia.

CE3.1 Explicar el significat i importància del servei postvenda en els processos comercials del comerç electrònic.

CE3.2 Identificar les situacions comercials que necessiten seguiment i postvenda en la comercialització en línia de productes i serveis.

CE3.3 Descriure els moments o fases que caracteritzen el procés de postvenda en línia i la seguretat en línia.

CE3.4 Identificar els conflictes i reclamacions més habituals en la comercialització en línia diferenciant segons la seva naturalesa.

CE3.5 Descriure les utilitats i eines d'Internet per resoldre i gestionar les reclamacions comercials a la xarxa i mantenir relacions de confiança amb els clients.

CE3.6 Descriure els usos i orientacions de bona conducta per afrontar les queixes i reclamacions dels clients habituals de la comercialització en línia de manera ràpida i eficaç.

CE3.7 Identificar la documentació i informació que es requereix per registrar i gestionar de forma eficaç una reclamació comercial en línia.

CE3.8 A partir d'informació, convenientment detallada sobre el sistema de seguiment de clients i procediment de control del servei postvenda en línia, descriure el procediment a seguir des del moment que es té constància d'una incidència en el procés, identificant:

- Elements i claus que l'han provocat.
- Àmbit de responsabilitat del comercial, el canal de comercialització, el client o d'altres.
- Actuació concorde al sistema aplicant els criteris establerts garantint la idoneïtat del servei i incorporant, en el seu cas, la informació obtinguda a l'eina informàtica de gestió de postvenda.

CE3.9 A partir d'un supòsit de fidelització de clients en línia, amb unes característiques establertes, redactar, utilitzant les aplicacions informàtiques adequades, en funció de la seva finalitat per a la seva distribució a través de llistes de distribució en línia, escrits adequats a diferents situacions:

- Onomàstica.
- Nadal.
- Agraïment o d'altres.

CE3.10 A partir d'un cas convenientment caracteritzat de reclamació d'un producte i/o servei comercialitzat en línia:

- Elaborar un pla d'actuació en el qual s'estableixin les fases que s'han de seguir en la resolució de la reclamació.
- Emplenar correctament la documentació requerida a través del corresponent formulari en línia.
- Confeccionar un informe amb les dades de la reclamació i queixes, introduint en el seu cas, aquesta informació a l'eina informàtica de gestió de reclamacions.

Continguts

1. Internet com a canal de venda

- Les relacions comercials a través d'Internet:
 - . B2B.
 - . B2C.
 - . B2A.
- Utilitats dels sistemes en línia:
 - . Navegadors: ús dels principals navegadors.
 - . Correu electrònic.
 - . Missatgeria instantània.
 - . Teletreball.
 - . Llistes de distribució i altres utilitats: gestió de la relació amb el client en línia.
- Models de comerç a través d'Internet.

- . Avantatges.
- . Tipus.
- . Eficiència i eficàcia.
- Servidors en línia:
- . Servidors gratuïts.
- . Cost i rendibilitat de la comercialització en línia.

2. Disseny comercial de pàgines web

- . L'internauta com a client potencial i real.
- . Perfil de l'internauta.
- . Comportament del client internauta.
- . Màrqueting viral: aplicacions i bones conductes.
- Criteris comercials en el disseny comercial de pàgines web.
- . Parts i elements del disseny de pàgines web.
- . Criteris comercials en el disseny de pàgines web.
- . Usabilitat de la pàgina web.
- Botigues virtuals:
- . Tipologia de botigues virtuals.
- . L'aparador virtual.
- . Visites guiades.
- . Accions promocionals i bàners.
- Mitjans de pagament a Internet:
- . Seguretat i confidencialitat.
- . TPV virtual.
- . Transferències.
- . Cobraments contrareemborsament.
- Conflictes i reclamacions dels clients:
- . Gestió en línia dels reclamacions.
- . Garanties de la comercialització en línia.
- . Bones pràctiques en la comercialització en línia.
- Aplicacions a nivell d'usuari per al disseny de pàgines web comercials: gestió de continguts.

Orientacions metodològiques

Formació a distància:

UNITATS FORMATIVES	NOMBRE D'HORES PER IMPARTIR A DISTÀNCIA	MÀXIM
Unitat formativa 1	60	
Unitat formativa 2	60	
Unitat formativa 3	30	

Seqüència:

Les unitats formatives corresponents a aquest mòdul es poden programar de manera independent.



Criteris d'accés dels alumnes:

Cal demostrar o acreditar un nivell de competència en els àmbits assenyalats a continuació que asseguri la formació mínima necessària per cursar el mòdul amb aprofitament:

- Comunicació en llengua catalana i/o castellana.
- Competència matemàtica.
- Competència digital.
- Competències socials en geografia.

MÒDUL FORMATIU 2

Denominació: Operacions auxiliars a la venda

Codi: MF0240_2

Nivell de qualificació professional: 2

Associat a la unitat de competència:

UC0240_2 Realitzar les operacions auxiliars a la venda.

Durada: 140 hores

UNITAT FORMATIVA 1

Denominació: Aprovisionament i emmagatzematge en la venda.

Codi: UF0033

Durada: 40 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP1.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar tècniques d'organització i gestió del magatzem de diferents tipus d'establiments comercials en funció de criteris prèviament definits.

CE1.1 Distingir els diferents tipus d'existències habituals en empreses de producció, comercials i de serveis.

CE1.2 Explicar els procediments administratius relatius a la recepció, emmagatzemament, distribució interna i expedició d'existències, precisant la funció i els requisits formals dels documents generats, identificant, en cada un dels processos l'aportació dels equips (agendes electròniques, lectors de codis de barres...) i eines informàtiques de gestió de magatzem.

CE1.3 Descriure la informació que recullen els tipus d'etiquetatge més utilitzats i relacionar-la amb productes tipus.

CE1.4 Explicar els criteris de classificació i ubicació d'existències més utilitzats.

CE1.5 Descriure i caracteritzar els diferents tipus d'inventaris i explicar la finalitat de cadascun d'ells.

CE1.6 En un supòsit pràctic en el qual es proporciona informació convenientment caracteritzada sobre moviments d'existències en un magatzem simulat:

- Especificar la informació que han d'incloure els albarans i factures corresponents a les existències rebudes.
 - Elaborar els albarans i notes de lliurament corresponents a les existències expedides.
 - Registrar en fitxes de magatzem les existències inicials i les successives recepcions i expedicions de productes.
 - Elaborar l'inventari d'existències, elegint el mètode adequat.
- CE1.7 Precisar els conceptes d'estoc òptim i mínim, ruptura d'estocs identificant les variables que intervenen en el seu càlcul
- CE1.8 Identificar el moment en què cal realitzar la reposició d'estocs per referències evitant la seva ruptura al magatzem

Continguts

1. Gestió d'estocs i inventaris

- Característiques i conservació de productes:
 - . Condicions de conservació de productes.
 - . Qualitats bàsiques.
 - . Productes especials. Normativa aplicable.
 - . Embalatge i conservació.
- Classificació d'estocs: classificació ABC.
- Rotació de productes: concepte.
- . Ruptura d'estocs: repercussions comercials.
- . Estoc de seguretat: concepte i càlcul . Estoc òptim: concepte i càlcul.
- . Periodicitat i mètodes a punt de comanda.
- Inventari:
 - . Finalitat.
 - . Principis i mètodes de valoració d'inventari: LIFO i FIFO.
 - . Inventari físic i comptable.
- La pèrdua desconeguda: concepte i causes.
- Gestió de l'aprovisionament:
 - . Conceptes bàsics. Entrades i sortides.
 - . Fitxes de magatzem.
 - . Registre d'informació: etiquetes de productes.
 - . Codificació i traçabilitat.
- Control d'inventaris:
 - . Proporcions de control d'estoc.
- Innovacions tecnològiques:
 - . Eines informàtiques per a la gestió del magatzem: maquinari i programari.

2. Emmagatzematge i distribució interna de productes

- El magatzem: concepte i finalitat.
- Procés organitzatiu de l'emmagatzemament de productes:
 - . Sistemes d'emmagatzematge.
 - . Blocs apilats.
 - . Sistema convencional.
 - . Sistema compacte.
 - . Sistema dinàmic.
- Criteris d'emmagatzematge:
 - . Tipus.
 - . Ubicació.
 - . Apilament. Avantatges i inconvenients.
- Distribució interna i pla/plànol del magatzem.
- Seguretat i prevenció de riscos al magatzem:



- . Actuació en cas d'accidents.
- . Mesures de seguretat i higiene.
- . Recomanacions al magatzem comercial: Manual de seguretat.

UNITAT FORMATIVA 2

Denominació: Animació i presentació del producte en el punt de venda

Codi: UF0034

Durada: 60 hores

Referent de competència: aquesta unitat formativa es correspon amb les RP2 i RP3.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar procediments d'organització i implantació en el punt de venda físic en funció d'uns criteris comercials prèviament definits

CE1.1 Descriure diferents comportaments i hàbits de consumidors tipus en el punt de venda físic. CE1.2 Identificar els efectes que produeixen en el client les diferents maneres d'ubicació dels productes i o /serveis en el punt de venda físic.

CE1.3 Identificar el moment en què cal realitzar la reposició d'estocs per referències evitant la seva ruptura en el lineal.

CE1.4 Classificar els productes en famílies observant la normativa vigent.

CE1.5 Descriure els productes i llocs d'ubicació que tenen més risc de furt, així com els sistemes de seguretat i antirobatori utilitzats més habitualment per les empreses.

CE1.6 Identificar els paràmetres físics i comercials que determinen la col·locació dels productes en els diferents nivells, zones del lineal i posició tant en el punt de venda físic.

CE1.7 Analitzar els elements i materials de comunicació comercial i la seva ubicació en un presumpte punt de venda.

CE1.8 En una simulació de venda prou caracteritzat, identificar amb promptitud la ubicació de l'assortiment disponible en cada moment assenyalant productes alternatius i complementaris.

CE1.9 A partir d'un supòsit pràctic en el qual es caracteritza convenientment un establiment comercial, uns cartells informatius i a partir d'uns productes i un mobiliari:

- Distingir les zones fredes i calentes del mateix
- Proposar un mètode per escalfar les zones fredes
- Etiquetar els productes segons els criteris establerts i col·locar els sistemes antifurt.
- Organitzar la distribució i col·locació dels productes en el mateix aplicant tècniques de marxandatge, supervisant l'estat del mobiliari i aplicant la normativa vigent.
- Supervisar l'estat dels cartells informatius i els missatges que es volen transmetre.
- Elaborar un informe amb els resultats del procés utilitzant, en el seu cas, mitjans informàtics.

C2: Confeccionar informes derivats de l'actuació en la venda d'acord amb els objectius definits.

CE2.1 Descriure els passos i normes per redactar un informe comercial.

CE2.2 Identificar informació rellevant recopilada durant l'activitat professional relacionada amb l'assortiment, la demanda i el client i presentar-la per escrit, utilitzant, en el seu cas, la informació emmagatzemada en els sistemes de gestió de relació amb el client (CRM).

CE2.3 A partir d'unes dades històriques que caracteritzen clients i actuacions de venda definides:



- Confeccionar estadístiques que agrupin les dades en un document de fàcil consulta i interpretació.

CE2.4 En un supòsit pràctic i a partir d'unes dades referides a l'evolució del mercat, segmentació, posicionament de marques existents i característiques d'uns productes i/o serveis que comercialitza l'empresa:

- Identificar les innovacions del mercat relacionades amb la línia de negoci de l'empresa.
- Suggestir oportunitats d'introduir-se en noves línies de negoci.
- Confeccionar un informe que presenti de forma clara, concisa i ordenada la informació obtinguda.

C3: Aplicar les tècniques d'empaquetat i embalatge seguint els criteris definits.

CE3.1 Identificar el tipus d'embalatge i empaquetament segons el tipus de producte, les seves característiques i la imatge que l'empresa vol transmetre.

CE3.2 Explicar els efectes de l'empaquetament en la transmissió de la imatge de l'empresa.

CE3.3 Definir les característiques estètiques i de protecció que ha de tenir l'empaquetament i embalatge als productes.

CE3.4 A partir d'uns productes, una campanya, uns materials d'empaquetament i ornaments, i caracteritzada la imatge de l'empresa que es vol transmetre, fer l'empaquetament d'aquests productes.

Continguts

1. Organització del punt de venda

- Conceptes bàsics de l'organització i la distribució dels espais comercials:
- La implantació dels productes.
- Criteris d'implantació del producte:
 - . Zones: venda, exposició, circulació, emmagatzematge i caixa.
 - . Seccions i les famílies de productes: categories de productes.
- Comportament del client en el punt de venda:
 - . Entrada.
 - . Circulació i recorregut.
 - . Sortida.
- Espai comercial:
 - . Passadissos
 - . Seccions
 - . Aparador.
- Gestió del lineal:
 - . Determinació de l'assortiment: ampli, profund, estructurat.
 - . Promocions i productes ganxo, productes líders, productes de marca, productes estacionals i permanents.
 - . *Facing*: concepte.
 - . Rotació de productes en el lineal: concepte i càlcul.
 - . Reposició: concepte i repercussions del desproveïment del lineal.
- Distribució de famílies d'articles en el lineal.
- Ordre i netedat en el punt de venda.
- Normes de seguretat i higiene en el punt de venda.

2. Animació bàsica en el punt de venda

- Factors bàsics d'animació del punt de venda:
 - . Mobiliari.
 - . Decoració.
 - . Il·luminació.
 - . Color.



- . Sonorització.
- . Senyalització o altres
- Equip i mobiliari comercial bàsic.
- . Gòndola.
- . Expositors.
- . Vitrines.
- . Elements: capçalera i lineal.
- . Muntatge i manteniment: normes de seguretat i higiene.
- Presència visual de productes en el lineal.
- . Col·locació del producte: optimització del lineal.
- . Informació del producte a l'establiment.
- . Normativa legal vigent: preu i promocions.
- Escalfament de zones fredes en el punt de venda:
 - . Zones fredes i calentes.
 - . Mètodes d'escalfament.
- La publicitat al lloc de venda:
 - . Indicadors visuals.
 - . Expositors.
 - . Cartells.
 - . Displays.
 - . Rètols lluminosos.
- Cartells en el punt de venda:
 - . Principals tipus de cartells.
 - . Funció i notorietat.
 - . Tècniques bàsiques de retolació.
 - . Aplicacions gràfiques i d'edició a nivell usuari.
- Màquines expenedores (*vending*).
- . Gestió de la venda de màquines expenedores.

3. Presentació i empaquetament de productes per a la venda

- Empaquetament comercial:
 - . Tipus i finalitat d'empaquetaments.
 - . Envàs de presentació: característiques.
 - . Embolcall per a regal: característiques.
 - . Empaquetaments de campanyes comercials.
 - . Empaquetament de conservació.
 - . La bossa: tipus i característiques.
- Tècniques d'empaquetament i embalatge comercial.
 - . Materials d'empaquetament.
 - . Productes simètrics.
 - . Productes rodons.
 - . Altres productes.
- Utilització de materials per a l'empaquetament:
 - . Paper.
 - . Tissores i d'altres.
 - . Optimització d'ús de materials: eficiència i qualitat.
- Col·locació d'ornaments adequats a cada campanya i tipus de producte.
- Plantilles i acabats.

4. Elaboració d'informes comercials sobre la venda

- Conceptes i finalitat d'informes de vendes.
- Estructura d'un informe:
 - . Composició.
 - . Esquema: organització de contingut.
- Elaboració d'informes comercials.



- . Assortiment: ruptura, defectes, excedents.
- . Demanda: detecció de necessitats, productes.
- . El client: segments, noves línies de negoci.
- . Presentació gràfica de dades comercials: volum de vendes, visites o d'altres.

UNITAT FORMATIVA 3

Denominació: Operacions de caixa en la venda

Codi: UF0035

Durada: 40 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP4.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar els procediments de registre i cobrament de les operacions de venda manejant els equips i tècniques adequades.

CE1.1 Enumerar i explicar les funcions dels diferents equips de registre i cobrament de les operacions de venda.

CE1.2 Enumerar i explicar les funcions del terminal punt de venda (TPV).

CE1.3 Citar i descriure les innovacions tecnològiques associades als equips de registre, cobrament i pagament que hi hagi en l'activitat comercial actual i explicar el procés que s'ha de seguir en la seva utilització.

CE1.4 Enumerar i explicar els diferents llenguatges de codificació comercial.

CE1.5 Simular les operacions auxiliars del TPV així com la d'altres equips de registre i cobrament (anul·lació d'operacions, introducció de canvi, etc.) utilitzant correctament les claus i l'operativa.

CE1.6 Enumerar les fases a seguir per fer l'arqueig i el tancament de caixa.

CE1.7 En una simulació d'arqueig:

- Detectar les desviacions i irregularitats que poguessin sorgir en el procés i identificar les possibles causes

C2: Diferenciar les característiques dels diferents sistemes i mitjans de pagament en diferents tipus d'operacions de vendes.

CE2.1 Identificar els mitjans de cobrament i pagament utilitzats diferenciant els seus avantatges per al comprador i venedor depenent de l'operació i tipus de venda presencial i no presencial.

CE2.2 Diferenciar en diferents exemples de xec i pagaré els principals elements que els donen validesa.

CE2.3 Diferenciar els elements bàsics per a la validesa de les targetes de crèdit i de dèbit.

CE2.3 Identificar la validesa de vals, descomptes, bons i targetes d'empresa en relació amb les campanyes promocionals en vigor.

CE2.4 Simular els diferents tipus de cobraments pagaments, devolucions i abonaments de mercaderies que es pot realitzar un dia en un presumpte establiment comercial, utilitzant correctament un equip de registre i cobrament fet amb qualsevol tipus de mitjà de pagament acceptat.

Continguts

1. Caixa i terminal punt de venda (TPV)

- Caixa i equips utilitzats en el cobrament i el pagament d'operacions de venda:

- . Funcionament.
- . Característiques.
- Sistemes tradicionals:
 - . Caixa enregistradora.
 - . Datàfon.
- Elements i característiques del TPV.
- Obertura i tancament del TPV.
- Escàner i lectura de la informació del producte.
- Altres funcions auxiliars del TPV.
- Llenguatges comercials: codificació de la mercaderia, transmissió electrònica de dades (sistema EDI o altres).
- Descomptes, promocions, vals en el TPV.
- Utilització del TPV (Terminal Punt de Venda).

2. Procediments de cobrament i pagament de les operacions de venda

- Caracterització dels sistemes i mitjans de cobrament i pagament:
 - . Efectiu.
 - . Transferència i domiciliació bancària.
 - . Targeta de crèdit i dèbit.
 - . Pagament contrareemborsament.
 - . Pagament mitjançant telèfons mòbils o altres.
 - . Mitjans de pagament en línia i seguretat del comerç electrònic.
- Els justificants de pagament:
 - . El rebut: elements i característiques.
 - . Justificant de transferències.
- Diferències entre factura i rebut.
- . Obligacions per al comerciant i establiment comercial.
- Devolucions i vals.
 - . Normativa.
 - . Procediments interns de gestió.
- Registre de les operacions de cobrament i pagament.
- Arqueig de caixa:
 - . Concepte i finalitat.
- Recomanacions de seguretat i higiene postural en el TPV.

Orientacions metodològiques:

Formació a distància:

UNITATS FORMATIVES	NOMBRE MÀXIM D'HORES PER IMPARTIR A DISTÀNCIA
Unitat formativa 1	40
Unitat formativa 2	60
Unitat formativa 3	40

Seqüència:

Les unitats formatives corresponents a aquest mòdul es poden programar de manera independent.



Criteris d'accés per als alumnes

Cal demostrar o acreditar un nivell de competència en els àmbits assenyalats a continuació que asseguri la formació mínima necessària per cursar el mòdul amb aprofitament:

- Comunicació en llengua catalana i/o castellana.
- Competència matemàtica.
- Competència digital.
- Competències socials en geografia.

MÒDUL FORMATIU 3

Denominació: Informació i atenció al client/a, consumidor/a, usuari/ària

Codi: MF0241_2

Nivell de qualificació professional: 2

Associat a la unitat de competència:

UC0241_2: Executar les accions del servei d'atenció al client/a, consumidor/a, usuari/ària.

Durada: 120 hores

UNITAT FORMATIVA 1

Denominació: Gestió de l'atenció al client/a, consumidor/a

Codi: UF0036

Durada: 60 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb les RP2 i RP3 en relació amb la caracterització del servei d'atenció i obtenció d'informació per mesurar la qualitat i satisfacció dels clients.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Analitzar les característiques d'una empresa i/o organització per transmetre la imatge més adequada.

CE1.1 Identificar el concepte d'imatge de l'empresa.

CE1.2 Identificar diferents tipus d'organigrames que s'utilitzen en funció dels objectius i característiques de l'empresa i/o organització.

CE1.3 A partir de les característiques d'una empresa i uns criteris definits confeccionar l'organigrama.

CE1.4 Descriure les funcions del departament d'atenció al client en diferents tipus d'empreses i/o organitzacions i la seva funció en el procés de qualitat.

CE1.5 A partir de les característiques d'una empresa relacionades amb la seva clientela, proveïdors, posicionament, etc.: distingir els elements fonamentals per transmetre la imatge adequada de l'empresa.



C2: Aplicar els procediments adequats per obtenir la informació necessària en la gestió de control de qualitat del servei prestat per una empresa i/o organització.

CE2.1 Descriure les incidències més comunes que poden originar-se en la prestació del servei d'una empresa i/o organització.

CE2.2 Descriure els mètodes utilitzats habitualment per avaluar la qualitat del servei prestat per una empresa i/o organització.

CE2.3 Identificar les condicions idònies de la prestació del servei de l'empresa i/o organització.

CE2.4 Identificar els procediments de transmissió d'informació dins de l'empresa i/o organització.

CE2.5 A partir d'unes dades de clients i unes necessitats definides:

- Analitzar i sintetitzar la informació subministrada.

- Confeccionar un informe d'acord a una estructura definida i de manera que la presentació sigui clara i ordenada en la seva exposició i concisa.

CE2.6 A partir d'un supòsit pràctic convenientment caracteritzat on es produeix un error en el producte i/o servei:

- Identificar el departament i/o persona responsable de donar solució a la situació creada en el cas de superar seus límits d'actuació.

- Elaborar un informe on es recullin de manera estructurada i clara la situació detectada, les conclusions i les alternatives que puguin suposar una millora utilitzant les eines de gestió i informàtiques disponibles en l'empresa.

Continguts

1. Processos d'atenció al client/a consumidor/a

- Concepte i característiques de la funció d'atenció al client:
 - . Empreses fabricants.
 - . Empreses distribuïdores.
 - . Empreses de relacions amb clients i serveis d'atenció al client.
 - . El defensor del client: pautes i tendències.
- Dependència funcional del departament d'atenció al client:
 - . Organització funcional de les empreses: organigrama.
 - . Interrelacions del departament d'atenció al client/a: comercial, financer i de vendes.
- Factors fonamentals desenvolupats en l'atenció al client/a:
 - . Naturalesa.
 - . Efectes.
 - . Normativa: productes i àmbits regulats.
- El màrqueting en l'empresa i la seva relació amb el departament d'atenció al client/a:
 - . Màrqueting relacional.
 - . Relacions amb clients.
 - . Canals de comunicació amb el client: tant presencials com no presencials.
 - . Obtenció i recollida d'informació del client.
- Variables que influeixen en l'atenció al client/a:
 - . Posicionament i imatge.
 - . Relacions públiques.
- La informació subministrada pel client/a:
 - . Anàlisi comparativa.
 - . Naturalesa de la informació.
 - . Qüestionaris.
 - . Satisfacció del client.
 - . Avaries.
 - . Reclamacions.
- Documentació implicada en l'atenció al client/a.
- Servei postvenda.



2. Qualitat en la prestació del servei d'atenció al client/a

- Processos de qualitat en l'empresa.
- Concepte i característiques de la qualitat de servei.
 - . Importància.
 - . Objecte.
 - . Qualitat i satisfacció del client/a.
- Proporcions de control i mesurament de la qualitat i satisfacció del client/a.
 - . Elements de control.
 - . Mètodes d'avaluació de la qualitat del servei d'atenció al client/a.
 - . Mesures correctores.

3. Aspectes legals en relació amb l'atenció al client/a

- Ordenació del comerç minorista:
 - . Contingut.
 - . Implicacions en l'atenció als clients.
- Serveis de la societat de la informació i el comerç electrònic.
 - . Contingut.
 - . Implicacions.
- Protecció de dades:
 - . Contingut.
 - . Implicacions en les relacions amb els clients.
- Protecció al consumidor:
 - . Llei general de defensa dels consumidors i usuaris.
 - . Regulació autonòmica i local de protecció al consumidor.

UNITAT FORMATIVA 2

Denominació: Tècniques d'informació i atenció al client/a, consumidor/a

Codi: UF0037

Durada: 60 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb les RP1, RP2 i RP3 en relació amb l'aplicació dels sistemes de comunicació i gestió en les relacions i atenció al client/a consumidor/a.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar tècniques de comunicació en situacions d'atenció i/o assessorament als clients.

CE1.1 Definir els paràmetres que caracteritzen l'atenció adequada a un client/a en funció del canal de comunicació utilitzat.

CE1.2 Definir les tècniques més utilitzades de comunicació aplicables en situacions d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària a través dels diferents canals de comunicació.

CE1.3 Descriure les fases que formen part del procés d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària a través dels diferents canals de comunicació.

CE1.4 Relacionar els errors més habituals que es cometen en la comunicació no verbal.

CE1.5 Descriure la forma i actitud adequada en l'atenció i assessorament a un client en funció del canal de comunicació utilitzat.

CE1.6 A partir de la simulació d'una situació d'atenció al client/a convenientment caracteritzada:



- Identificar els elements de la comunicació i analitzar el comportament del client/a.
- Adaptar adequadament la seva actitud i discurs a la situació de la qual es parteix.
- Controlar la claredat i la precisió en la transmissió de la informació.

CE1.7 A partir d'un supòsit de sol·licitud d'informació a un determinat organisme o departament:

- Elaborar l'escrit que observi el tractament adequat a l'organisme i/o empresa de forma clara i concisa en funció de la seva finalitat.

CE1.8 A partir d'un tema concret per exposar:

- Expressar-ho de forma oral davant d'un grup o en una relació de comunicació en què intervenen dos interlocutors.

CE1.9 En una presumpta conversa telefònica amb un client, convenientment caracteritzada:

- Identificar-se i identificar l'interlocutor observant les normes de protocol corresponents.
- Adaptar l'actitud i la conversa a la situació de la que es parteix.
- Obtenir, en el seu cas, la informació històrica del client acudint a l'eina de gestió de la relació amb el client (CRM).
- Afavorir la comunicació amb l'ús de les tècniques i actituds apropiades per al desenvolupament de la comunicació.
- Registrar la informació relativa a la consulta en l'eina de gestió de la relació amb el client (CRM) en el seu cas.

CE1.10 En una presumpta consulta rebuda per correu electrònic o missatgeria instantània d'un client es procedeix a contestar-la per aquest mitjà:

- Identificar-se i identificar la persona destinatària observant les normes de protocol corresponents.
- Obtenir, en el seu cas, la informació històrica del client acudint a l'eina de gestió de la relació amb el client (CRM).
- Adaptar la seva actitud a la situació de la qual es parteix.
- Afavorir la comunicació escrita amb l'ús de les tècniques i actituds apropiades per al seu desenvolupament.
- Registrar la informació relativa a la consulta en l'eina de gestió de la relació amb el client (CRM), en el seu cas.

C2: Aplicar tècniques d'organització de la informació tant manuals com informàtiques.

CE2.1 Descriure la finalitat d'organitzar la informació i els objectius que es persegueixen.

CE2.2 Explicar les tècniques d'organització d'informació que es poden aplicar en una empresa i/o organització.

CE2.3 A partir de les dades i la informació proporcionada aplicar les tècniques d'arxiu manuals més utilitzades.

CE2.4 A partir d'un supòsit pràctic i mitjançant l'aplicació d'un programa informàtic per al tractament i organització de la informació utilitzar les funcions, procediments i utilitats elementals per a l'arxiu de dades.

CE2.5 A partir d'un supòsit convenientment caracteritzat registrar les incidències, respostes i reclamacions produïdes utilitzant les eines manuals o informàtiques proporcionades.

CE2.6 Dissenyar un document de recollida d'informació subministrada pels clients en la seva relació amb una empresa tipus.

C3: Fer servir com a usuari/ària les aplicacions informàtiques de control i seguiment dels clients o les base de dades i aplicar els procediments que garanteixin la integritat, seguretat, disponibilitat i confidencialitat de la informació emmagatzemada.

CE3.1 Identificar i explicar la funció d'una base de dades.

CE3.2 A partir d'un supòsit, identificar els camps que serien necessaris contemplar en una base de dades.



CE3.3 Identificar els aspectes principals en els quals incideixen, la legislació vigent en relació amb l'organització de dades de caràcter personal (Llei orgànica de protecció de dades LOPD, Llei de serveis de la societat de la informació LSSI).

CE3.4 Accedir a la informació emmagatzemada a través dels procediments definits.

CE3.5 A partir de supòsits pràctics convenientment definits:

- Dissenyar una base de dades/formularis senzills a partir d'uns paràmetres relacionats amb informació de clients.
- Registrar informació en la base de dades utilitzant les funcions, procediments i eines que estan a disposició de l'usuari.
- Emplenar formularis.
- Fer còpies de seguretat de la informació introduïda en l'aplicació informàtica.

CE3.6 Justificar la necessitat de conèixer i utilitzar periòdicament mecanismes o procediments de salvaguarda i protecció de la informació.

Continguts

1. Gestió i tractament de la informació del client/a consumidor/a

- Informació del client/a:
 - . Queixes.
 - . Reclamacions.
 - . Qüestionaris de satisfacció.
- Arxiu i registre de la informació dels clients:
 - . Tècniques d'arxiu: naturalesa i finalitat de l'arxiu.
 - . Elaboració de fitxers.
- Procediments de gestió i tractament de la informació dins de l'empresa.
- Bases de dades per tractar la informació en el departament d'atenció al client/a consumidor/a usuari/ària.
 - . Estructura i funcions d'una base de dades.
 - . Tipus de bases de dades.
 - . Bases de dades documentals.
 - . Utilització de les bases de dades: recerca i recuperació d'arxius i registres.
 - . Enregistrament, modificació i esborrament d'informació.
 - . Consulta d'informació.
- Normativa de protecció de les dades de les bases de dades dels clients.
 - . Procediments de protecció de dades.
- Confecció i presentació d'informes.

2. Tècniques de comunicació als clients/consumidors

- Model de comunicació interpersonal:
 - . Elements: objectius, subjectes i continguts.
 - . Sistemes de comunicació: evolució i desenvolupament.
 - . Comunicació presencial i no presencial.
- Comunicació amb una o diverses persones: diferències i dificultats.
- Barreres i dificultats en la comunicació interpersonal presencial.
- Expressió verbal:
 - . Qualitat de la informació.
 - . Formes de presentació.
 - . Expressió oral: dicció i entonació.
- Comunicació no verbal.
 - . Comunicació corporal.
- Empatia i assertivitat:
 - . Principis bàsics.
 - . Escolta activa.
- Comunicació no presencial:
 - . Característiques i tipologia.

- . Barreres i dificultats: models de comunicació telefònica.
- . Expressió verbal a través del telèfon.
- . Comunicació no verbal: el somriure telefònic.
- . Regles de la comunicació telefònica.
- . El missatge i el llenguatge en la comunicació telefònica: el llenguatge positiu.
- Comunicació escrita:
 - . Cartes, faxes.
 - . Correu electrònic: elements clau.
 - . Missatgeria instantània: característiques.
 - . Comunicació a les xarxes (Intra/Internet)

Orientacions metodològiques

Formació a distància:

UNITATS FORMATIVES	NOMBRE MÀXIM D'HORES PER IMPARTIR A DISTÀNCIA
Unitat formativa 1	60
Unitat formativa 2	50

Seqüència:

Les unitats formatives corresponents a aquest mòdul es poden programar de manera independent.

Criteris d'accés per als alumnes:

Cal demostrar o acreditar un nivell de competència en els àmbits assenyalats a continuació que asseguri la formació mínima necessària per cursar el mòdul amb aprofitament:

- Comunicació en llengua catalana i/o castellana.
- Competència matemàtica.
- Competència digital.
- Competències socials en geografia.

MÒDUL FORMATIU 4

Denominació: Anglès professional per a activitats de venda

Codi: MF1002_2

Nivell de qualificació professional: 2

Associat a la unitat de competència:

UC1002_2: Comunicar-se en anglès amb un nivell d'usuari independent en activitats comercials.

Durada: 90 hores



Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Interpretar la informació d'un discurs oral, en llengua estàndard, tant en viu com retransmès, en diferents situacions - tipus de relació amb un client/a consumidor/a.

CE1.1 Diferenciar la dicció fonètica de la terminologia comercial bàsica habitual en les activitats comercials.

CE1.2 A partir de l'audició d'enregistraments orals d'anuncis de productes i/o serveis per al consum i/o venda identificar almenys:

- Les característiques de productes: quantitats i qualitats.
- El preu.
- Els descomptes, recàrrecs.
- Les formes de pagament entre altres.

CE1.3 A partir de la simulació de diferents situacions habituals en les activitats de consum i comerç, com per exemple una venda i una reclamació de productes, en llengua estàndard i sense soroll, prou caracteritzada:

- Interpretar amb exactitud les necessitats del client/a consumidor/a quant a les característiques, quantitat i qualitat dels productes.
- Identificar les dades personals necessàries del client/a reclamant per satisfer l'operació amb eficàcia.

C2: Interpretar de forma eficaç informació rellevant continguda en texts escrits i documents comercials bàsics utilitzant les eines d'interpretació, manuals i informàtiques, i fonts d'informació adequades.

CE2.1 Identificar el lèxic habitual de les activitats de consum i comerç de productes/serveis distingint almenys: quantitats i qualitats dels productes, preus, recàrrecs, descomptes i formes/maneres de pagament, drets del consumidor, garanties i devolucions entre d'altres.

CE2.2 Diferenciar les característiques del lèxic tècnic habitual en:

- Etiquetes.
- Manuals o instruccions d'ús de productes.
- Garanties.
- Argumentaris de venda.
- Faxos i cartes comercials.
- Factures.
- Fulls de reclamació.
- Rebuts, entre d'altres.

CE2.3 A partir de la lectura de normativa bàsica europea en matèria de comerç interior i consum formulada en anglès resumir les línies generals del text amb exactitud.

CE2.4 A partir del full de reclamació d'un client prou caracteritzat, identificar-ne l'objecte de la reclamació i la informació rellevant:

- Dades personals de la persona que reclama.
- Demanda del client/a.

C3: Produir missatges orals en situacions de relació amb un client per satisfer les seves necessitats.

CE3.1 Identificar les estructures, fórmules i pautes d'educació i cortesia necessàries per a la comunicació oral efectiva segons diferents contextos socioprofessionals en les activitats comercials: prevenda, venda, reclamació i postvenda.

CE3.2 En situacions simulades d'activitats comercials emetre missatges orals amb claredat i correcció fonètica diferenciant diferents tons, segons diferents contextos socioprofessionals comercials mostrant interès, preocupació, pregunta i alegria entre d'altres.

CE3.3 A partir de les característiques d'un producte i/o servei exposar de forma oral durant almenys 5 minuts la descripció del producte amb exactitud i detall suficient.



CE3.4 A partir de la simulació de l'enregistrament d'una comanda o venda telefònica dels productes i/o serveis amb un argumentari definit de manera clara, emetre amb claredat fonètica i sintàctica les qüestions plantejades en la comanda/argumentari.

C4: Redactar i emplenar documentació comercial bàsica utilitzant les eines d'interpretació, manuals i informàtiques, i fonts d'informació adequades.

CE4.1 Identificar les característiques dels diferents llenguatges i lèxic tècnic habitual als documents comercials bàsics: cartes, factures, ordres de comanda, rebuts i fulls de reclamació entre d'altres.

CE4.2 Identificar les expressions, estructura i formes de presentació utilitzades habitualment en la correspondència comercial i fulls de reclamació de clients consumidors usuaris.

CE4.3 Diferenciar les estructures més formals i informals utilitzades habitualment en la correspondència comercial.

CE4.4 A partir de diferents supòsits d'activitats comercials amb un client/a consumidor/a, redactar una carta comercial d'acord amb els usos habituals en les empreses considerant almenys: dades del remitent, objecte de la carta, sol·licitud/resposta d'informació de productes sobre quantitats i qualitats del producte, preus, descomptes per pagament immediat entre altres.

CE4.5 A partir d'un supòsit d'activitats comercials prou caracteritzat, emplenar la documentació comercial bàsica en anglès:

- Una ordre de comanda amb especificació de quantitats i característiques.
- Una factura.
- Un xec.

CE4.6 A partir de la simulació d'una reclamació prou caracteritzada d'un client/a consumidor/a redactar amb senzillesa i exactitud utilitzant un llenguatge, àgil i abreujat, els documents de comunicació: faxes, correus electrònics i/o missatges, interns i externs, als clients i responsables de la reclamació respectivament per resoldre l'esmentada reclamació.

C5: Interactuar oralment amb fluïdesa i espontaneïtat, en situacions de relació de comunicació interpersonal amb un client/consumidor.

CE5.1 Descriure les estructures, fórmules i pautes d'educació i cortesia necessàries per a la comunicació oral efectiva amb un client/a consumidor/a segons diferents característiques socioculturals dels clients de diferent nacionalitat: hindú, xinesa, àrab, llatina, europea i nord-americana entre d'altres.

CE5.2 Diferenciar els costums i els usos socioprofessionals habituals en les relacions amb els clients de diferents nacionalitats diferenciant almenys la cultura oriental, l'occidental i l'àrab.

CE5.3 Descriure les variables socioculturals que difereixen entre diferents clients de diferent nacionalitat:

- Costums horaris.
- Hàbits professionals.
- Normes de protocol del país.
- Estructura jeràrquica i relacions socioprofessionals amb els clients.

CE5.4 Explicar els problemes més habituals que poden sorgir en les activitats comercials si no s'adapta el missatge oral al context sociocultural del client/a consumidor/a.

CE5.5 A partir de la simulació d'una situació - tipus d'activitats de comerç amb un client/a prou caracteritzada:

- Identificar-se i identificar l'interlocutor observant les normes de protocol i cortesia adequats a la clientela.
- Sol·licitar de l'interlocutor aclariments i informació addicional utilitzant les expressions i pautes de cortesia i protocol habituals.



- Exposar oralment amb claredat les característiques tècniques i condicions dels productes i/o serveis ofertats utilitzant les expressions orals més habituals.
 - Acomiadar-se utilitzant pautes de cortesia i protocol habituals en la venda.
- CE5.6 A partir de la simulació d'una reclamació de productes i/o serveis presencial o a través de telèfon:
- Obtenir les dades rellevants de l'interlocutor.
 - Rebatre les objeccions i reclamacions del client amb claredat utilitzant les normes de cortesia i protocol per justificar les absències, errors o faltes del producte i/o serveis.
 - Utilitzar correctament frases de cortesia, acord i desacord.
 - Adoptar les fórmules de cortesia i usos habituals per resoldre la reclamació amb eficàcia.

Continguts

1. Atenció al client/a consumidor/a en anglès

- Terminologia específica en les relacions comercials amb els clients.
- Usos i estructures habituals en l'atenció al client/consumidor:
 - . Salutacions.
 - . Presentacions.
 - . Fórmules de cortesia habituals.
- Diferenciació d'estils formal i informal en la comunicació comercial oral i escrita.
- Tractament de reclamacions o queixes dels clients consumidors:
 - . Situacions habituals en les reclamacions i queixes de clients.
- Simulació de situacions d'atenció al client i resolució de reclamacions amb fluïdesa i naturalitat.

2. Aplicació de tècniques de venda en anglès

- Presentació de productes i/o serveis:
 - . Característiques de productes i/o serveis.
 - . Mesures.
 - . Quantitats.
 - . Serveis afegits.
 - . Condicions de pagament.
 - . Serveis postvenda, entre d'altres.
- Pautes i convencions habituals per a la detecció de necessitats dels clients/consumidors.
- Fórmules per a l'expressió i comparació de condicions de venda:
 - . Instruccions d'ús.
 - . Preu.
 - . Descomptes.
 - . Recàrrecs entre d'altres.
- Fórmules per al tractament d'objeccions del client/consumidor.
- Estructures sintàctiques i usos habituals en la venda telefònica:
 - . Fórmules habituals en l'argumentari de venda.
- Simulació de situacions comercials habituals amb clients: presentació de productes/serveis, entre d'altres.

3. Comunicació comercial escrita en anglès

- Estructura i terminologia habitual en la documentació comercial bàsica:
 - . Comandes.
 - . Factures.
 - . Rebuts.
 - . Fulls de reclamació.
- Emplenament de documentació comercial bàsica en anglès:



- . Fulls de comanda.
- . Factures.
- . Ofertes.
- . Reclamacions entre d'altres.
- Redacció de correspondència comercial:
 - . Ofertes i presentació de productes per correspondència.
 - . Cartes de reclamació o relacionades amb devolucions, resposta a les reclamacions, sol·licitud de pròrroga i les seves respostes.
 - . Cartes relacionades amb els impagaments en les seves diferents fases o altres de naturalesa anàloga.
- Estructura i fórmules habituals en l'elaboració de documents de comunicació interna en l'empresa en anglès.
- Elaboració d'informes i presentacions comercials en anglès.
- Estructures sintàctiques utilitzades habitualment en el comerç electrònic per incentivar la venda.
- Abreviatures i usos habituals en la comunicació escrita amb diferents suports:
 - . Internet.
 - . Fax.
 - . Correu electrònic.
 - . Carta o altres d'anàlegs.

Orientacions metodològiques

Formació a distància:

Nombre màxim d'hores a impartir a distància: 60 hores

Criteris d'accés per a les alumnes

Cal demostrar o acreditar un nivell de competència en els àmbits assenyalats a continuació que assegurï la formació mínima necessària per cursar el mòdul amb aprofitament:

- Comunicació en llengua castellana.
- Comunicació en llengua anglesa nivell A2.
- Competència digital.

MÒDUL DE PRÀCTIQUES PROFESSIONALS NO LABORALS D'ACTIVITATS DE VENDA

Codi: MP0009

Durada: 80 hores

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Realitzar diferents tipus d'operacions de venda amb diferents tipus de client tant en llengua pròpia com anglesa, i diferents tipus de productes i serveis aplicant tècniques de venda que afavoreixin les relacions amb el client cordials i de confiança.

CE1.1 Adoptar les qualitats actituds que ha de desenvolupar un venedor en les relacions comercials ja sigui per a la venda presencial com no presencial.

CE1.2 Observar amb atenció als clients diferenciant les variables que intervenen en la seva conducta i les motivacions de compra.

CE1.4 Valorar l'interès pel coneixement del producte i utilitats per a la satisfacció de necessitats dels consumidors.



CE1.5 Aplicar tècniques de persuasió de vendes addicionals, substitutives i/o complementàries.

CE1.6 Elaborar els rebuts i factures adequats a diferents operacions de venda calculant l'import del preu de venda final amb les condicions de pagament i aplicant la normativa fiscal adequada.

CE1.7 Realitzar demostracions de productes a clients adoptant una actitud de confiança i refutar les objeccions aplicant l'argumentar-ho de vendes i tècniques de refutació d'objeccions.

CE1.8 Respondre i adoptar una actitud resolutiva abans queixes i reclamacions oferint resolucions a nivell de la seva responsabilitat i aplicant procediments interns de l'organització.

CE1.9 Mantenir una relació de confiança amb els clients generant la fidelització i oferint productes de fidelització de l'organització.

C2: Col·laborar en diferents operacions d'emmagatzematge, implantació i animació de punts de venda en diferents tipus d'establiments comercials aplicant criteris de gestió de magatzems i organització del punt de venda.

CE2.1 Aplicar mètodes d'elaboració i control d'inventaris físics i comptables en el punt de venda.

CE2.2 Calcular els moviments d'existències en un magatzem a partir de la informació de productes rebuts i expedits.

CE2.3 Elaborar les fitxes de magatzem, albarans i notes de lliurament corresponents a les existències expedides.

CE2.4 Calcular els conceptes d'estoc òptim i mínim, ruptura d'estocs explicant les seves implicacions per a la gestió de l'aprovisionament de l'establiment.

CE2.5 Identificar el moment en què cal realitzar la reposició dels estocs per referències evitant la seva ruptura en el magatzem.

CE2.6 Identificar els paràmetres físics i comercials que determinen la col·locació dels productes en els diferents nivells, zones del lineal i posició en el punt de venda físic.

CE2.7 Distingir les zones fredes i les calentes en l'espai comercial proposant accions adequades per a l'escalfament de la zona freda.

CE2.8 Elaborar informes comercials dels resultats i la situació del punt de venda aplicant criteris de marxandatge.

CE2.9 Realitzar l'empaquetament de productes en diferents campanyes, diferents tipus de materials d'empaquetament i ornaments i objectius o finalitat que es vol transmetre.

C3: Fer operacions de cobrament i registre d'operacions de venda tant en llengua pròpia com a anglesa fent servir amb destresa les caixes i els terminals del punt de venda.

CE3.1 Realitzar diferents operacions amb TPV així com d'altres equips de registre i cobrament, utilitzant correctament les claus i l'operativa i fent almenys:

- Cobrament en efectiu.
- Devolució en efectiu.
- Anul·lació de les operacions.
- Introducció del canvi.

CE3.2 Realitzar de l'arqueig i tancament de caixa|capsa.

CE3.3 Diferenciar les implicacions comercials de diferents mitjans|medis de pagament no efectius.

C4: Prestar serveis d'informació i atenció al client, tant en la llengua pròpia com en l'anglesa, en diferents situacions comercials utilitzant diferents sistemes i tècniques de comunicació adaptades a diferents canals de comunicació amb el client: cara a cara, telefonia, correu electrònic, missatgeria o d'altres.



CE4.1 A partir de les característiques de l'empresa i les relacions que manté amb els seus clients, distingir els elements fonamentals per transmetre la imatge adequada de l'empresa.

CE4.2 Identificar a l'organigrama de l'organització les funcions i les persones responsable de diferents tipus de funcions i activitats.

CE4.3 Contactar amb els clients adoptant els elements fonamentals per mantenir una conversa adequada a la imatge i als procediments interns de l'organització.

CE4.4 Controlar la claredat i la precisió en la transmissió de la informació als clients i consumidors.

CE4.5 Redactar documents per a la seva transmissió per escrit clients de forma clara i concisa en funció de la seva finalitat.

CE4.6 Expressar-se de forma oral davant d'un grup o en una relació de comunicació en què intervenen més de dos interlocutors.

CE4.7 Mantenir converses telefòniques amb clients identificant-se amb propietat, seguint les normes de protocol de l'organització i emprant les tècniques i actituds apropiades per al desenvolupament de la comunicació.

CE4.8 Registrar la informació obtinguda de clients en aplicacions gestió de la relació amb els clients (CRM) per al seu ús posterior.

CE4.9 Respondre als correus i a la missatgeria instantània dels clients identificant-se i identificant el destinatari i observant les normes de protocol degudes.

C5: Participar en els processos de treball de l'empresa seguint les normes i les instruccions establertes al centre de treball.

CE5.1 Comportar-se responsablement tant en les relacions humanes com en les tasques a realitzar.

CE5.2 Respectar els procediments i les normes del centre de treball.

CE5.3 Emprendre amb diligència les tasques segons les instruccions rebudes, tractant que s'adeqüin al ritme de treball de l'empresa.

CE5.4 Integrar-se als processos de producció del centre de treball.

CE5.5 Utilitzar els canals de comunicació establerts.

CE5.6 Respectar a tota hora les mesures de prevenció de riscos, salut laboral i protecció del medi ambient.

Continguts

1. Operacions de venda

- Realització de vendes.
- Identificació de les necessitats dels clients.
- Aplicació de les tècniques de venda i refutació d'objeccions.
- . Argumentari.
- . Coneixement del producte.
- . Coneixement del client/a.
- Presentacions i demostracions comercials.
- Adaptació i adopció d'actituds facilitadores de la compra.
- Elaboració de la documentació comercial: factures i rebuts.
- . Càlcul de l'import i del preu final de venda al públic.
- . Càlcul de quotes en pagaments ajornats.
- Resolució de queixes en la venda.

2. Operacions auxiliars de venda en entorns reals de treball

- Aprovisionament i emmagatzematge:
 - . Gestió del magatzem del punt de venda.
 - . Comanda òptima.
 - . Elaboració d'inventaris.
 - . Rotació dels productes al magatzem.



- Animació del punt de venda:
 - . Gestió de l'assortiment.
 - . Promocions en el punt de venda.
 - . Condicionament i reposició dels productes.
- Operacions de caixa i cobrament:
 - . Funcions i parts del TPV.
 - . Utilitats i aplicació del TPV en les operacions de venda.
 - . Recomanacions de seguretat i higiene postural en el TPV.
 - . Arqueig de caixa|capsa.
 - . Operativa dels mitjans de pagament no efectius: transferències i quotes de pagament.

3. Informació i atenció als clients

Servei d'atenció al client:

- . Activitats segons empreses.
- . Eines de gestió de relacions amb clients.
- Criteris de qualitat del servei d'atenció al client.
- Aplicació de tècniques de comunicació a clients.

4. Integració i comunicació en el centre de treball

Comportament responsable en el centre de treball.

- Respecte als procediments i normes del centre de treball.
- Interpretació i execució amb diligència les instruccions rebudes.
- Reconeixement del procés productiu de l'organització.
- Utilització dels canals de comunicació establerts en el centre de treball.
- Adequació al ritme de treball de l'empresa.
- Seguiment de les normatives de prevenció de riscos, salut laboral i protecció del medi ambient.

IV. PRESCRIPCIONS DELS FORMADORS/ORES

MÒDUL FORMATIU	TITULACIÓ SOL·LICITADA	EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL REQUERIDA EN L'ÀMBIT DE LA UNITAT DE COMPETÈNCIA	
		Si es té titulació	Si no es té titulació
MF0239_2: Operacions de venda	<ul style="list-style-type: none"> •Llicenciat/ada en administració i direcció d'empreses. •Llicenciat/ada en publicitat i relacions públiques. •Diplomat/ada en ciències empresarials. • Tècnic/a superior en gestió comercial i màrqueting. •Certificat de professionalitat de nivell 3 de la família professional de comerç i màrqueting. 	1 any	3 anys
MF0240_2: Operacions auxiliars de venda	<ul style="list-style-type: none"> •Llicenciat/ada en administració i direcció d'empreses. •Llicenciat/ada en publicitat i relacions públiques. • Diplomat/a en ciències empresarials. • Tècnic/a superior en gestió comercial i màrqueting. •Certificat de professionalitat de nivell 3 de la família professional de comerç i màrqueting. 	1 any	3 anys

MÒDUL FORMATIU	TITULACIÓ SOL-LICITADA	EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL REQUERIDA EN L'ÀMBIT DE LA UNITAT DE COMPETÈNCIA	
		Si es té titulació	Si no es té titulació
MF0241_2: Informació i atenció als consumidors	<ul style="list-style-type: none"> •Llicenciat/ada en administració i direcció d'empreses. •Llicenciat/ada en publicitat i relacions públiques. •Diplomat/ada en ciències empresarials. • Tècnic/a superior en gestió comercial i màrqueting. •Certificat de professionalitat de nivell 3 de la família professional de comerç i màrqueting. 	1 any	3 anys
MF1002_2: Anglès per a activitats professionals de venda. B2	<ul style="list-style-type: none"> •Llicenciat/ada en filologia anglesa. •Llicenciat/ada en traducció i interpretació. •Qualsevol titulació superior amb la formació complementària següent: certificat d'aptitud en els idiomes corresponents de l'Escola Oficial d'Idiomes. •Qualsevol titulació universitària superior amb la formació complementària següent: haver cursat un cicle dels estudis que condueixen a l'obtenció de la llicenciatura de l'idioma corresponent juntament amb els estudis complementaris esmentats en l'apartat anterior. 	1 any	Imprescindible el requisit de la titulació

IV. REQUISITS MÍNIMS D'ESP AIS, INSTAL·LACIONS I EQUIPAMENT

ESPAI FORMATIU	SUPERFÍCIE m ² 15 alumnes	SUPERFÍCIE m ² 25 alumnes
Aula de gestió	45	60
Taller de comerç	90	90
Aula d'idiomes	60	60

ESPAI FORMATIU	M1	M2	M3	M4
Aula de gestió	x	x	x	x
Taller de comerç	x	x	X	
Aula d'idiomes				x

ESPAI FORMATIU	EQUIPAMENT
Aula de gestió	<ul style="list-style-type: none"> -Equips audiovisuals. -PC instal·lats en xarxa, canó de projecció i Internet. -Programari específic de l'especialitat. -2 pissarres per escriure amb retolador. -Rotafolis. - Material d'aula. - Taula i cadira per al formador/a. - Taules i cadires per als alumnes.
Taller de comerç	<ul style="list-style-type: none"> - Equip comercial bàsic. - Mobiliari comercial bàsic: lineals, prestatgeries, expositors, taulell. - Elements promocionals. Cartells. <i>Stoppers</i>. - Material per a cartells i retolació. - Material per a empaquetatges: paper, tisores, cúter, cel·lo, cintes adhesives, caixes i embolcalls, i altres. - Eines per a muntatge de mobiliari comercial. - Productes amb etiquetes per col·locar-los en lineals. - Lector de codis de productes. - Terminal punt de venda. - Calculadora. - Documentació comercial bàsica: ordre de comanda, factures i rebuts. Fulls de reclamació.
Aula d'idiomes	<ul style="list-style-type: none"> -Equips audiovisuals. -1 projector. -Programes informàtics per l'aprenentatge de l'anglès. -Reproductors i enregistadores de so -Diccionaris bilingües.



No s'ha d'interpretar que els diversos espais formatius identificats s'hagin de diferenciar necessàriament mitjançant tancaments.

Les instal·lacions i equipaments hauran de complir la normativa industrial i higiènic sanitària corresponent i respondran a mesures d'accessibilitat universal i seguretat de les persones participants.

El nombre d'unitats que s'han de disposar dels estris, màquines i eines que s'especifiquen a l'equipament dels espais formatius serà el suficient per a un mínim de 15 alumnes i s'haurà d'incrementar, en el seu cas, per atendre a un nombre superior.

En el cas que la formació es dirigeixi a persones amb discapacitat es duran a terme les adaptacions i els ajustaments raonables per assegurar la seva participació en condicions d'igualtat.