



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP0352_2: Vender productos y servicios para la Imagen Personal”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP0352_2: Vender productos y servicios para la Imagen Personal".

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a:	Firma:
NIF:	
Nombre y apellidos del asesor/a:	Firma:
NIF:	

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

1. <i>Obtener la demanda del producto o servicio del cliente, utilizando acciones promocionales y técnicas de venta, dentro de los márgenes de actuación comercial establecidos en la empresa.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1 Seleccionar productos o servicios de imagen personal para realizar una acción promocional en función del público al que va dirigido, las existencias, tiempos de aplicación, presupuestos y objetivos de ingresos.	☐	☐	☐	☐
1.2 Definir los argumentos que sustentan la promoción de venta en función del estudio realizado sobre la competencia.	☐	☐	☐	☐
1.3 Seleccionar los medios de marketing offline y online a través de los que se realizará la promoción: cartelería, escaparatismo, e-mailings, entre otros, estableciendo un mensaje promocional claro y preparando a la organización para responder a la demanda prevista.	☐	☐	☐	☐
1.4 Transmitir los valores de la empresa, imagen, reputación y prestigio, manteniendo un aspecto personal, profesional y de negocio impecable.	☐	☐	☐	☐
1.5 Comprobar los resultados de la acción comercial obtenidos con los objetivos previstos, proponiendo medidas correctoras si procede durante la propia campaña o en futuras promociones.	☐	☐	☐	☐
1.6 Promocionar la creación de nuevos servicios o incorporación de nuevos productos o equipos, utilizando técnicas de comunicación que favorezcan la innovación en el sector y la formación permanente.	☐	☐	☐	☐

2. <i>Identificar las demandas, necesidades y motivaciones del cliente que solicita información sobre un servicio o producto de Imagen Personal, utilizando técnicas de comunicación y actitud profesional, para cumplir los objetivos de empresa, siguiendo el protocolo establecido.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1 Aplicar protocolos de atención al cliente, fórmulas de cortesía, atención telefónica, entre otros, manteniendo un comportamiento amable y educado.	☐	☐	☐	☐
2.2 Aplicar técnicas de identificación de demandas y necesidades del cliente, mediante atención personalizada y preguntas guiadas.	☐	☐	☐	☐
2.3 Identificar las necesidades y demandas del cliente obteniendo los datos relativos a costumbres, hábitos y cuidados personales, entre otros, mediante escucha activa, determinando los productos y/o servicios que solicita.	☐	☐	☐	☐

3. <i>Informar al cliente sobre las características del producto o servicio que da respuesta a sus necesidades y demandas, utilizando argumentos técnicos: composición, efectos y mecanismos de actuación entre otros, de manera ordenada y demostrando habilidades en comunicación.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1 Informar al cliente sobre los útiles y aparatos de uso en Imagen Personal, especificando sus características, material en el que están fabricados y otros aspectos relevantes, dando respuesta a sus demandas.	☐	☐	☐	☐
3.2 Informar al cliente de las características y propiedades de los productos cosméticos que pueden dar respuesta a sus demandas y necesidades, especificando sus características de color, olor, textura, composición, propiedades, entre otros.	☐	☐	☐	☐
3.3 Informar al cliente con un lenguaje claro y comprensible, apoyando la información facilitada con argumentos técnicos.	☐	☐	☐	☐
3.4 Informar al cliente sobre los servicios o tratamientos de Imagen Personal que responden a sus expectativas, determinando sus necesidades para personalizar el tratamiento.	☐	☐	☐	☐
3.5 Comunicar al cliente la propuesta profesional seleccionada, explicando los procedimientos técnicos que se van a seguir y cumpliendo las normas deontológicas de actuación profesional aplicables.	☐	☐	☐	☐

4. Realizar demostraciones de cosméticos, útiles y/o aparatos, mediante la aplicación de técnicas específicas de Imagen Personal, para asesorar sobre su utilización, destacando las características y propiedades que lo hacen idóneo para el cliente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1 Presentar al cliente el producto o aparato a vender resaltando sus cualidades cosméticas, características funcionales, de presentación y económicas, accesorios que incluye y diferencias con respecto a otros productos o servicios disponibles.	☐	☐	☐	☐
4.2 Mostrar al cliente el cosmético, resaltando las características de presentación, relación capacidad-contenido del envase, cualidades cosméticas, entre otros, identificando las diferencias respecto a otros de similar efecto.	☐	☐	☐	☐
4.3 Seleccionar el modelo o soporte sobre el que se hará la demostración del producto a vender, en función de las características de éste y minimizando el riesgo de fracaso en la demostración.	☐	☐	☐	☐
4.4 Informar al cliente sobre las características, condiciones de uso, mantenimiento y conservación del producto, útil o aparato, siguiendo las indicaciones del fabricante.	☐	☐	☐	☐
4.5 Proporcionar al cliente pautas para la aplicación de cosméticos decorativos, facilitando el automaquillaje.	☐	☐	☐	☐
4.6 Ofrecer otras alternativas de producto o servicio al cliente en el caso de no cerrar la venta, para satisfacer sus demandas.	☐	☐	☐	☐
4.7 Ofrecer atención y seguimiento post-venta ante cualquier tipo de duda que pueda surgir al cliente tras realizar la compra, reforzando su decisión.	☐	☐	☐	☐

5. Realizar procesos de seguimiento que permitan mejorar la eficacia de las acciones de venta y de prestación del servicio, garantizando la satisfacción del cliente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1 Efectuar el seguimiento post-venta mediante encuestas personalizadas y comunicación directa para comprobar el grado de satisfacción del cliente.	☐	☐	☐	☐
5.2 Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la venta realizada y al trato recibido, mediante cuestionarios tipo y observación directa, anotando las posibles incidencias.	☐	☐	☐	☐
5.3 Aplicar técnicas de fidelización de clientes, evaluando la eficacia e idoneidad de la venta para conseguir la repetición o el consumo de otros productos o servicios.	☐	☐	☐	☐
5.4 Cumplimentar fichas de cliente, recogiendo datos significativos que	☐	☐	☐	☐



5. Realizar procesos de seguimiento que permitan mejorar la eficacia de las acciones de venta y de prestación del servicio, garantizando la satisfacción del cliente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
permitan evaluar la eficacia e idoneidad del producto o servicio.				
5.5 Informar al cliente sobre ofertas, promociones o lanzamientos en función de la información recopilada en la ficha de seguimiento, proponiendo el consumo de otros productos y/o servicios.	☐	☐	☐	☐
5.6 Evaluar los resultados de las acciones promocionales, proponiendo cambios que permitan mejorar su eficacia y la fidelización del cliente.	☐	☐	☐	☐
5.7 Evaluar la calidad de los servicios prestados, comparando la información obtenida con los indicadores de calidad establecidos por la empresa para mejorar los servicios y la atención al cliente.	☐	☐	☐	☐

6. Atender en el marco de su responsabilidad, las reclamaciones presentadas por los clientes, resolviendo cada caso, siguiendo los criterios y procedimientos establecidos por la empresa y la normativa aplicable.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1 Atender con actitud positiva y estilo asertivo las quejas o reclamaciones presentadas por los clientes, tanto de forma presencial como no presencial.	☐	☐	☐	☐
6.2 Identificar la naturaleza de la reclamación, para informar al cliente del proceso a seguir, cumplimentando la documentación requerida y siguiendo el procedimiento establecido según normativa aplicable.	☐	☐	☐	☐
6.3 Solventar las quejas o reclamaciones facilitando el acuerdo con el cliente y aplicando los criterios establecidos por la empresa o transmitiéndolo al superior jerárquico cuando sea preciso.	☐	☐	☐	☐
6.4 Recoger las reclamaciones y quejas presentadas por los clientes utilizando las herramientas requeridas, incluidas las informáticas, para su posterior análisis.	☐	☐	☐	☐