

Estándar de competencias profesionales

Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida

Familia Profesional	Textil, Confección y Piel
Nivel	2
Código	ECP1237_2
Estado	BOE
Publicación	RD 1025/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Atender a la clientela, informando de los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida que se ofrecen.

IC1.1 La información se transmite a la clientela, utilizando un lenguaje claro y conciso, manteniendo una actitud educada y moderada.

IC1.2 Las necesidades de la clientela se identifican, con técnicas de escucha activa, a fin de poder ofrecerle el servicio que necesita.

IC1.3 El asesoramiento a la clientela se ofrece, conociendo previamente sus necesidades, los productos que se pueden ofrecer y vender en la tienda, así como las últimas tendencias y estilos en el mundo de la moda.

IC1.4 Los datos personales de la clientela se solicitan, registrándolos en la herramienta de gestión de relación con la clientela e informándola sobre la política de protección de datos de la empresa.

IC1.5 Los tipos de prendas se prueban, asesorando a la clientela sobre la talla y la conveniencia de uno u otro tipo.

IC1.6 Las esperas innecesarias ante una petición de la clientela que requiera de un mayor tiempo para su respuesta se evitan, informando a la clientela de ello.

IC1.7 La futura relación comercial con la clientela se promueve, utilizando una expresión oral o escrita que garantice su comprensión y que sea amable.

IC1.8 Los problemas o quejas que puedan surgir en la compra se resuelven, escuchando a la clientela, conociendo las políticas de devolución y cambio de la empresa, así como proponiendo soluciones.

EC2 Apreciar las necesidades y demandas de la clientela, mediante preguntas específicas e identificando las posibilidades del proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida, para lograr la satisfacción de la clientela.

IC2.1 La información/documentación del archivo documental del que se disponga se identifica, aplicándolo en los proyectos de realización de prendas a medida y/o semimedida.

IC2.2 Las fuentes de información del fondo documental se consultan, seleccionando la información, teniendo en cuenta las tendencias de actualidad y los requerimientos de la clientela para asesorarla con calidad.

IC2.3 Las características, necesidades y demandas de la clientela se determinan, para realizar los bocetos técnicos que va a incluir la propuesta del proyecto, respetando los niveles de calidad exigidos por la clientela.

IC2.4 El proyecto de confección a medida y/o semimedida de prendas o artículos del vestir se elabora, conjugando las demandas, expectativas y necesidades expresadas por la clientela.

IC2.5 La información relativa al proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida (viabilidad, presupuesto y plazo de entrega, entre otros) se transmite a la clientela, con claridad y exactitud, empleando las herramientas de comunicación disponibles, para someterla a su aprobación.

IC2.6 La información suministrada se ordena, expresando un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.

IC2.7 Los productos complementarios se ofrecen a la clientela, identificándolos, teniendo en cuenta el tipo de prenda que ha adquirido.

EC3 Presupuestar el proyecto de realización de prendas a medida y/o medida, para la presentación a la clientela, aplicando la tarifa disponible o contemplando costos de materias primas, mano de obra y gastos generales, entre otros.

IC3.1 Las técnicas de detección e identificación de las demandas y necesidades de la clientela se aplican, seleccionando y ofreciendo el servicio que se ajusta a sus requerimientos.

IC3.2 Los materiales se valoran, según los precios indicados en la tarifa aplicable.

- IC3.3** El coste del servicio se calcula, en función de su complejidad, del tiempo previsto para cada operación y del proceso total, a fin de incluirlo en el precio final.
- IC3.4** Los tiempos de cada operación y del proceso total se calculan, teniendo en cuenta los correspondientes a cada uno de ellos (suministro de materiales, esperas, interferencias, entre otros).
- IC3.5** La cantidad de materiales específicos se calcula, en función de la complejidad del proyecto para incluirlo en el precio final, con criterios de rentabilidad, sin menoscabo de la calidad.
- IC3.6** La información recogida o suministrada se archiva, expresándola en un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.
- IC3.7** El presupuesto se calcula, de forma detallada, recogiendo las estimaciones de coste por operación, aplicando las tarifas establecidas por la dirección de la empresa, teniendo en cuenta las posibilidades de variación, el margen de beneficio y los precios de la competencia, entre otros, utilizando hojas de cálculo u otras aplicaciones informáticas específicas.
- IC3.8** La información generada referente al presupuesto, así como la viabilidad y plazo de entrega del proyecto se organiza, en soporte físico o digital, a fin de transmitírselo y presentárselo en tiempo y forma a la clientela para someterlo a su aprobación y comenzar con el encargo.
- EC4** Recepcionar el encargo del proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida, previa aceptación del presupuesto, materializando la información necesaria para organizar el trabajo.
- IC4.1** La demanda del proyecto se recibe, de forma sistemática, de acuerdo al protocolo de actuación de la empresa, cumplimentando las fichas disponibles, en soporte físico y/o digital.
- IC4.2** Los datos de la clientela, tipo de encargo solicitado, entre otros, se registran, de forma inequívoca en formato físico y/o digital, así como con los medios destinados para tal fin.
- IC4.3** Los materiales que entrega la clientela, en su caso, se analizan, midiéndolos, y formalizando la ficha específica para la disposición en los contenedores o áreas dispuestas al efecto, permitiendo su fácil localización.
- IC4.4** Las condiciones de contrato establecidas en las negociaciones del presupuesto se aplican, fijando las fechas de pruebas y plazo de entrega del encargo.
- IC4.5** El fichero de la clientela se actualiza, registrando la información que se va recopilando, a fin de mantenerlo disponible ante cualquier eventualidad.
- EC5** Informar a la clientela del servicio realizado, resolviendo los problemas que pudieran surgir, ante posibles reclamaciones presentadas, a fin de conseguir la confianza de la clientela.

- IC5.1** El encargo a medida se muestra a la clientela, comprobando que se ajusta a sus requerimientos funcionales y estéticos.
 - IC5.2** La demanda de la clientela se escucha, en el caso de reclamaciones, de forma amable, adoptando una actitud positiva y ofreciendo soluciones concretas.
 - IC5.3** Las reclamaciones, en su caso, se resuelven, mostrando interés y presentando posibilidades que faciliten el acuerdo con la clientela, aplicando los criterios establecidos por la empresa y la normativa vigente en este ámbito.
- EC6** Utilizar redes sociales y otros canales de venta, teniendo en cuenta el perfil de la clientela al que queremos captar, a fin incrementar el volumen de ventas de la empresa.
- IC6.1** Los canales de venta y redes sociales se identifican, eligiendo entre los disponibles el que se adapta al tipo de negocio de la empresa.
 - IC6.2** Los perfiles en las redes sociales seleccionadas se crean, manteniéndolos actualizados, subiendo contenido relevante y atractivo para el público objetivo.
 - IC6.3** Las fotografías y descripciones detalladas de los productos que se ofertan se publican en las redes sociales seleccionadas, destacando sus características y beneficios.
 - IC6.4** Las consultas formuladas a través de redes sociales se resuelven, a la mayor brevedad posible, siguiendo criterios de prioridad.
 - IC6.5** Los nuevos canales de venta en línea y en físico se proponen, investigando las novedades existentes en el mercado y estudiando a las empresas de la competencia.
 - IC6.6** Las oportunidades de mejora y los ajustes específicos en la estrategia de marketing se aplican, analizando los indicadores de desempeño en las redes sociales y otros canales de venta.
 - IC6.7** Los datos recopilados de la clientela se archivan, en formato físico y/o digital, informándola previamente, de la política de protección de datos de la empresa.
- EC7** Promocionar la marca de la empresa, asistiendo a ferias y eventos, trabajando con influencers, entre otros, a fin de darle visibilidad.
- IC7.1** La marca personal se define, con estrategias de branding, transmitiendo valores, calidad, exclusividad y compromiso con el medio ambiente y el bienestar animal.
 - IC7.2** El mercado se investiga, analizando sus actividades, alianzas y márgenes comerciales, para establecer mejoras en los procesos y productos, así como diferenciarse de la competencia en calidad, precios y presencia en redes sociales.

- IC7.3** El público objetivo se define, identificando y segmentando el mercado, adaptando estrategias de marketing, según el perfil de consumidores interesados en los productos de la empresa.
- IC7.4** El contenido en redes sociales y otros canales se crea, reflejando la esencia y valores de la marca.
- IC7.5** El servicio a la clientela se ofrece, respondiendo a la mayor brevedad posible a sus preguntas y necesidades.
- IC7.6** La visibilidad de la marca y los contactos se consiguen, participando en ferias, congresos, con influencers y profesionales del sector, entre otros.
- IC7.7** Los descuentos y promociones especiales se ofrecen a la clientela, mediante estrategias comerciales (descuentos por volumen de compra, por fechas especiales, entre otras) a fin de atraerla y fidelizarla.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Desarrollo y aplicación de habilidades sociales y de comunicación. Bases de datos y documentos en materia de atención a la clientela/persona usuaria. Control de calidad del servicio prestado. Archivo documental de temas relacionados con la moda, usos y costumbres. Tarifas de precios. Soportes y contenedores. Muestrarios de distintos materiales textiles y pieles organizados e identificadas. Diferentes fuentes de información: revistas, catálogos, entre otras. Aplicaciones informáticas específicas. Programas de gestión de presupuestos. Bases de datos. Gestión de relación con la clientela.

Información utilizada o generada

Plan de trabajo. Demanda de la clientela. Bocetos del proyecto. Documentación para determinar la viabilidad del proyecto y presupuestos. Programas de trabajo. Muestrario de diferentes productos y servicios. Tarifa de precios. Informe de viabilidad del proyecto. Presupuesto del proyecto de confección a medida. Fichero de clientela actualizado. Normativa sobre protección de datos. Normativa sobre

prevención de riesgos laborales. Normativa sobre protección medioambiental. Normativa sobre producción y gestión de residuos.