

Estándar de competencias profesionales

Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería

Familia Profesional **Agraria**
Nivel **2**
Código **ECP1471_2**
Estado **BOE**
Publicación **RD 149/2022**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Informar a la clientela en todo lo concerniente a los productos y servicios ofertados en la empresa de floristería para satisfacer sus necesidades.

IC1.1 La imagen personal propia y de la empresa se cumple, de acuerdo con las normas y criterios internos establecidos para la atención a la clientela, en lo relativo a vestuario y presencia física.

IC1.2 Los protocolos de atención a la clientela se aplican, de manera profesional, conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado, según lo determine la persona responsable.

IC1.3 La expresión oral (nombres científicos de flores y plantas, técnicas de creación, materiales específicos, entre otros) y escrita (hojas de pedido, cintas funerarias, tarjetas, presupuestos, entre otros) se transmite, con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende.

IC1.4 Las etiquetas, carteles, rótulos y demás materiales de apoyo se elaboran, disponiendo su localización en la floristería, en función de la información a transmitir a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad.

IC1.5 El contacto con la clientela se efectúa, a través de los diferentes canales de comunicación, presencial (visitas, ferias, eventos, entre otros) y no presencial, (telefonía, e-mail, redes

sociales, sms, página web, e-commerce, chats, e-newsletters u otros canales digitales) con una información clara y precisa, siguiendo los criterios marcados por la persona responsable.

IC1.6 Las necesidades de la clientela (presupuesto, condiciones de pago, envío a domicilio, entre otros) se identifican para ofrecer los productos y servicios disponibles que mejor se ajusten a sus requerimientos, utilizando técnicas de comercialización precisas y recomendando alternativas de compra, en su caso.

IC1.7 Los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios (catálogos de trabajos florales físicos o digitales, página web, blog, redes sociales, entre otros soportes de venta de la empresa) se utilizan, con conocimiento de su contenido y funcionamiento.

EC2 Comercializar productos y servicios disponibles, a través de los diferentes canales de comercialización, teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de la empresa.

IC2.1 Los precios de los productos y/o servicios (decoraciones con flores y/o plantas, decoraciones nupciales, grandes espacios, entre otros) se calculan, teniendo en cuenta los factores (materias primas, materiales, costes asociados entre otros) que entran a formar parte del precio final, con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta, según los criterios y objetivos marcados por la empresa.

IC2.2 Los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento se tramitan, siguiendo las pautas de la persona responsable y de las empresas de transmisión floral utilizadas, informando, detalladamente, a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado.

IC2.3 Los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial (online, offline) se anotan, en los correspondientes formularios, con todos los datos necesarios (fecha y requisitos de elaboración y entrega, precio, entre otros) para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos de carácter personal aplicable a la clientela y al destinatario.

IC2.4 Las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas disponibles, se explican a la clientela en los encargos, presenciales o no, con transparencia y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura del encargo efectuado y su posterior envío o recogida del pedido por parte de la clientela.

IC2.5 Las operaciones de cobro en la venta se efectúan, en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados (efectivo, cheque, tarjetas, medios electrónicos, terminales de telefonía móvil, aplicaciones informáticas específicas, entre otros), garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra que se ajusten a las indicaciones recibidas de la persona responsable.

IC2.6 El arqueo y cierre de caja se efectúa, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y, reportando los documentos y comprobantes a la persona responsable de la contabilidad en ausencia de personal de categoría superior.

IC2.7 El servicio solicitado u operación se efectúa, según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa aplicable sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos de carácter personal y recurriendo al personal de categoría superior, si fuera necesario.

EC3 Atender el servicio de seguimiento de la clientela, sugerencias, quejas y reclamaciones, según procedimientos para fidelizar a la clientela y mejorar la imagen de calidad de la empresa.

IC3.1 El proceso de seguimiento postventa se establece, a través de los diferentes canales de comunicación determinados en la empresa (telefonía, e-mail, sms, página web, chats, redes sociales, entre otros canales digitales) para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización.

IC3.2 El contacto con la clientela se mantiene en fechas señaladas (onomástica, cumpleaños, aniversario, entre otras), utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y los medios y cauces de comunicación previstos por la empresa.

IC3.3 La información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela (queja, reclamación o sugerencia) se recaba, amablemente, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo a los criterios establecidos por la empresa y la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios.

IC3.4 Las quejas o reclamaciones se atienden, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo en el ámbito de su responsabilidad, siempre de acuerdo a los criterios que la empresa tenga establecidos para su posterior análisis y mejora del servicio.

IC3.5 La respuesta ante una incidencia (queja, reclamación o sugerencia) se traslada a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas para que se interprete correctamente el mensaje o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal de categoría superior, tratando de evitar demoras innecesarias.

IC3.6 Los derechos de las personas consumidoras se aplican, ante una queja o reclamación y aquellas que exceden su responsabilidad, transmitiéndola con prontitud a la persona responsable, siguiendo el procedimiento establecido en la empresa.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Bolígrafos Papel de notas Calculadora Sello del establecimiento Equipos y programas informáticos Agendas electrónicas Terminales de punto de venta Cajas registradoras Teléfonos fijos y móviles Aparatos de etiquetado y codificado.

Información utilizada o generada

Tickets de compra. Hojas de reclamaciones. Etiquetas. Libro de caja. Notas de entrega. Hojas y órdenes de pedido. Documentación interna de la empresa. Catálogos en distintos soportes. Folletos. Carteles. Diccionario. Facturas. Albaranes. Formularios de entrega a domicilio. Listados de precios y ofertas. Manuales de transmisión floral. Manuales de uso y cuidados de plantas y flores. Información técnica y de uso de los productos y servicios que se ofertan. Página web de la empresa y correo electrónico. Revistas especializadas. Soportes publicitarios de la empresa y del sector. Tarjetas de crédito/débito. Normativa en materia de comercio. Normativa de prevención de riesgos laborales y de protección medioambiental. Normativa sobre consumo y protección de datos. Plan de reutilización de los materiales y gestión de residuos de la empresa. Documento de protección de datos.