

Estándar de competencias profesionales

Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en la empresa de floristería

Familia Profesional	Agraria
Nivel	3
Código	ECP1485_3
Estado	BOE
Publicación	RD 149/2022

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Atender al público de forma presencial, telefónicamente, online, o por cualquier otro medio, proporcionando la información necesaria sobre las consultas de floristería formuladas para facilitar la comercialización.

IC1.1 La atención al público de la empresa de floristería se presta, ofreciendo una información clara y ordenada, con conocimientos amplios sobre los productos y servicios ofertados- trabajos florales y/o con plantas, decoraciones de eventos, entre otros- con las habilidades profesionales necesarias.

IC1.2 Las necesidades de la clientela se establecen, mediante técnicas de preguntas y escucha activa, para ofrecerle los productos y/o servicios que puedan satisfacer sus expectativas, asesorando con claridad y exactitud sobre las características (calidad, precio, disponibilidad, entre otras), o planteando otros adicionales, sustitutivos o complementarios.

IC1.3 La información necesaria para fijar la estrategia de comercialización adecuada a cada tipo de cliente se recaba, utilizando técnicas comerciales (venta cruzada, venta adicional, entre otras), para gestionarla personalmente, creando el clima para cerrar la venta con su correspondiente pedido.

IC1.4 Los datos personales de los clientes y destinatarios de los trabajos se solicitan para incluirlos en la base de datos y, en su caso, acceder a la información disponible en la empresa,

responsabilizándose en todo momento del cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal, el personal a su cargo.

IC1.5 La información sobre los productos y servicios que se ha de proporcionar al público se introduce en las herramientas que la empresa tenga disponibles (manuales, catálogos en cualquier formato, agendas electrónicas, redes sociales, web, entre otros) y, en su caso, se transmite al personal correspondiente, de forma ágil y demostrando seguridad.

IC1.6 El plazo necesario para atender un servicio que requiera la elaboración de un documento de gestión comercial (estudio, esquema, boceto, presupuesto, contrato, entre otros) para la organización de un evento, decoración nupcial, gran espacio, empresas, entre otros, se cumple para entregar los referidos documentos, según lo establecido con el cliente.

EC2 Gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios del departamento comercial, supervisando los elementos que intervienen en el mismo, para optimizar el funcionamiento de la empresa de floristería.

IC2.1 La atención prestada al cliente en cualquier canal de venta (offline, online) por el personal a su cargo se supervisa para detectar desviaciones en el cumplimiento de los criterios de calidad marcados por la empresa.

IC2.2 Los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial (presencial, telefónico, web, redes sociales, empresas de transmisión floral, entre otros) se gestionan para su ejecución, comprobando que la documentación recabada es completa y cumple las normas- parámetros de rentabilidad, disponibilidad, calidad, entre otros, de la empresa.

IC2.3 La dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio se asegura diariamente, así como el material necesario para las ventas (consumibles para medios de pago electrónico, hojas de pedidos, facturas, albaranes, entre otros), adoptando, en su caso, las medidas oportunas para garantizar su suministro en todo momento.

IC2.4 Los productos y servicios de la empresa de floristería (composiciones florales y/o con plantas, trabajos funerarios, nupciales, entre otros) y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos (página "web", tienda virtual y en cualquier otro soporte publicitario), se revisan, periódicamente, para mantenerlos actualizados, siguiendo los criterios de la empresa.

IC2.5 El reaprovisionamiento de la sala de ventas se supervisa, con criterios comerciales y estéticos para que no se produzca falta de producto, según sus características de (conservación, calidad, precio, demanda, entre otros), generando la oportuna orden de compra al proveedor establecido por la empresa, cuando sea necesario.

IC2.6 La venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja se gestiona, detectando posibles desviaciones, responsabilizándose, en su caso, de los

efectuados por el personal a su cargo y actuando según los protocolos establecidos por la empresa, a fin de comprobar existencias o stock inactivo.

EC3 Gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela de la empresa de floristería, determinando las líneas de actuación para mejorar la calidad del servicio.

IC3.1 El comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia (sugerencia, queja o reclamación) se supervisa, comprobando que actúa conforme a las normas establecidas por la empresa, asumiendo en caso contrario, la responsabilidad para reconducir la situación.

IC3.2 Las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias (sugerencias, quejas o reclamaciones) de la clientela se determinan, implementando acciones que favorezcan el acuerdo, según la política de calidad de la empresa.

IC3.3 Las quejas o reclamaciones especiales se atienden, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés y presentando alternativas que faciliten el acuerdo, según los criterios que la empresa tenga establecidos y aplicando la normativa sobre derechos de los consumidores.

IC3.4 Las incidencias (sugerencias, quejas, devolución de productos, reclamaciones, entre otras) que puedan surgir en el proceso post-venta en la empresa de floristería se resuelven, dentro del marco de su responsabilidad, aplicando las medidas correctoras que la empresa tenga establecidas.

IC3.5 La forma de resolver una reclamación en la empresa de floristería se determina, según el procedimiento establecido y atendiendo a las normas legales de consumo, informando cuando sea necesario, de su formalización y/o presentación ante otras instancias.

IC3.6 La información que se suministra ante una incidencia se transmite, especificando los mecanismos disponibles en la empresa (queja, reclamación, mediación, arbitraje, entre otros), así como los documentos necesarios que se han de presentar para la tramitación (hoja de reclamación, factura, presupuesto, ticket de caja, entre otros), y evaluándolo posteriormente para la mejora de la calidad del servicio.

EC4 Informar a la dirección de las actividades de comercialización de la empresa de floristería, transmitiendo sugerencias y conclusiones para mejorar su funcionamiento.

IC4.1 La información sobre nuevos productos y servicios obtenidos por distintos canales (cursos de formación, publicaciones especializadas, asociaciones empresariales, entre otros) se procesa, periódicamente, para determinar las tendencias del sector y de la demanda, aportando al personal a su cargo la información correspondiente.

IC4.2 Los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias (sugerencias, quejas y reclamaciones) se elaboran, regularmente, para facilitarlos a la dirección de la empresa.

- IC4.3** La formación del personal a su cargo se propone a la dirección, en función de las capacidades y necesidades de promoción, así como de las nuevas demandas de productos y servicios a comercializar por la empresa.
- IC4.4** Las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio se transmiten, de manera clara al personal a su cargo, por el canal establecido para evitar futuras quejas y reclamaciones.
- IC4.5** Las sugerencias y mejoras de las actividades de venta- procesos comerciales, acciones promocionales, nuevas operativas, entre otros- se transmiten, por el canal establecido a la dirección para su implementación en la empresa.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Ordenadores personales y periféricos. Programas informáticos aplicables a la floristería. Equipos de videoconferencia. Soportes y materiales de archivo. Bolígrafos. Papel de notas. Calculadora. Sello del establecimiento. Agendas electrónicas. Terminales de punto de venta. Cajas registradoras. Teléfonos fijos y móviles. Aparatos de etiquetado y codificado.

Información utilizada o generada

Catálogo de los productos ofertados por la floristería. Listados de precios y ofertas de la floristería. Página web. Fichas de almacén. Inventarios. Plan de marketing general. Publicaciones y bases de datos del sector. Normativa sobre calidad. Normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios. Normativa sobre protección de datos. Reglamentación en materia sobre Prevención de riesgos laborales y de Protección del medio ambiente. Normativa de comercio. Bases de datos. Informes diarios de ventas de la floristería. Informes sobre el sector, precios, modas, tendencias, preferencias del público y de la clientela, competencia, entre otros. Plan anual de mejora. Informes y análisis sobre las actividades de venta. Documento de protección de datos.