

Estándar de competencias profesionales

Prestar servicios de apoyo en acciones de marketing, publicidad, promoción y venta en eventos

Familia Profesional	Hostelería y Turismo
Nivel	2
Código	ECP2395_2
Estado	BOE
Publicación	RD 297/2021

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** Gestionar la información de la operativa de las acciones comerciales (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones -MICE- y acogida en el territorio, entre otros) de acuerdo a los objetivos trazados por la marca/empresa, coordinándose con el resto del equipo de trabajo para ofrecer un servicio de calidad y valor añadido.
- IC1.1** La información relativa a la acción comercial (características del producto o servicio, características del territorio, imagen de marca, público objetivo, horario, ubicación, recursos humanos y materiales, entre otras) se obtiene, contrastando las indicaciones del manual de información ("briefing") y la formación específica recibida, vinculándose con la imagen que se quiere transmitir para reforzarla durante su comunicación con el público y consultando las posibles dudas a la persona responsable para garantizar la aplicación de la política promocional definida.
- IC1.2** La persona o el equipo de trabajo encargado de la promoción se determina, reconociendo las funciones de cada integrante para facilitar la coordinación durante la campaña comercial.
- IC1.3** La disponibilidad y ubicación de los materiales requeridos para la acción comercial se confirma con la persona responsable, verificando que se corresponde con la promoción y cantidad expresada en el manual de información ("briefing").

- IC1.4** El material promocional informativo y comercial ("merchandising") se aprovisiona comprobando su estado de uso y cantidad, anotando y comunicando incidencias o desperfectos a la persona responsable.
- IC1.5** El material promocional que lo requiera se acondiciona para su traslado, en su caso, cumpliendo las indicaciones específicas del manual de información ("briefing"), y/o del fabricante para mantener sus cualidades originales (refrigeración, fragilidad, entre otras).
- IC1.6** El stand atribuido se revisa comprobando que responde al perfil definido en el manual de información ("briefing") en función de visibilidad, señalización, iluminación, accesibilidad, conexión a redes sociales, información a ofrecer, regalos promocionales, entre otros, anotando y comunicando incidencias o desperfectos a la persona responsable.
- EC2** Componer la disposición y/o visibilidad del material promocional de la acción comercial en el espacio asignado o punto estratégico, en función de las indicaciones del manual de información ("briefing"), para contribuir a la imagen de marca.
- IC2.1** El material promocional (carteles, promoción del territorio, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, entre otros) se posiciona, o ayuda a posicionar, según el espacio disponible donde se desarrolla la acción comercial (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones -MICE- o áreas donde se practica la acogida territorial, entre otros-, cotejando su estado de uso, cantidad y visibilidad requerida por la imagen de marca.
- IC2.2** Los materiales y el mobiliario auxiliar atribuidos se ubican en orden, cantidad y buena disposición, verificando que cumplen los estándares de visibilidad y comunicación comercial de la marca.
- IC2.3** El estado del material promocional expuesto se comprueba, garantizando las existencias en función de las demandas previsibles, reponiendo la cantidad establecida de producto durante toda la jornada y sustituyendo aquél que no cumpla con los requisitos de calidad establecidos.
- IC2.4** Los materiales que requieran una especial conservación, atención o cuidado (temperatura, posición, transporte, entre otros) se mantienen, en todo momento, según las indicaciones recibidas para preservar su durabilidad y estado prescrito.
- IC2.5** La muestra comercial, productos, equipos o servicios se acondicionan comprobando la calidad de los mismos de acuerdo con las indicaciones dadas antes de la apertura y después del cierre del stand o recinto, según sea el caso.
- EC3** Atender con cortesía al público a su llegada al stand, espacio o punto de venta, área de acogida territorial, mostrando una cuidada imagen personal y de marca comercial para potenciar la venta o divulgación del producto o servicio.

- IC3.1** La atención al público se efectúa con cordialidad, iniciativa, simpatía, sonrisa, expresión positiva y sensibilidad, comunicándose si es necesario, en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, teniendo en cuenta sus demandas de información en caso de que sean solicitadas y aplicando el protocolo establecido en el manual de información ("briefing").
- IC3.2** El público potencial se capta dirigiéndose a él con iniciativa, empatía y esmerada atención facilitándole información promocional válida sobre el producto o servicio.
- IC3.3** La imagen personal y la de la marca se mantienen impecables durante la acción comercial siguiendo las indicaciones del manual de información ("briefing"), mostrando una actitud personal proactiva siempre con ilusión y servicio a los demás.
- EC4** Asesorar al público objetivo sobre el producto o servicio a mostrar, facilitando el material promocional relativo a muestra, degustación ("sampling"), obsequio, folleto, información territorial, entre otros, para contribuir a la calidad del servicio y a la imagen de marca.
- IC4.1** El material informativo, promocional o catálogos de la acción comercial se ofrecen al público objetivo de forma respetuosa y cortés, transmitiendo con claridad las potencialidades de lo ofertado y estimulando su interés por el producto o servicio.
- IC4.2** Las promociones y características de la acción comercial de la empresa se presentan al público objetivo, personalizando técnicas y habilidades comerciales en consonancia con la tipología de público y mostrando gran capacidad de comunicación.
- IC4.3** Las muestras (sampling) de producto y/o los obsequios al consumidor potencial se ofrecen, en su caso, implementando técnicas de venta y teniendo en cuenta la política de la campaña comercial.
- IC4.4** La degustación del producto, en su caso, se sirve potenciando sus cualidades y cuidando el servicio al público e imagen de marca.
- IC4.5** El asesoramiento especializado, en su caso, para el consumo de productos o servicios regulados por normativa específica se presta mostrando una total identificación y conocimiento de sus propiedades o características, en función de la tipología de público a quien se dirige la acción comercial.
- IC4.6** Las reclamaciones, quejas o sugerencias que demande el público se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, comunicándose en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, si procede, y tomando las medidas necesarias para su resolución y/o derivándolas a la persona responsable.
- IC4.7** La información y/o venta realizada, la cantidad del producto o servicio mostrados, material publicitario empleado (muestra-"sampling"), regalo promocional, degustación, entre otros se registra, en su caso, cumplimentando los datos en el soporte indicado como puede ser papel, listado, dispositivo o formato telemático.

EC5 Acondicionar el material y mobiliario atribuidos, finalizada la acción comercial, disponiendo su traslado para garantizar un posterior uso.

IC5.1 La despedida al público se efectúa con naturalidad, aportando la información que requiera y manteniendo una buena imagen de la marca comercial promocionada.

IC5.2 El material promocional se recoge con agilidad confirmando que se encuentra en estado de uso, evitando posibles roturas o deterioros.

IC5.3 El material se acondiciona o se entrega a la persona responsable, contando los posibles excedentes o carencias y disponiéndolos para su traslado según especificaciones de cada producto.

IC5.4 La Hoja de Actividad de la Jornada se cumplimenta con toda precisión y detalle, anotando en su caso aspectos objetivos (cantidad de producto consumido y/o vendido, número de potenciales compradores encuestados y/o informados, entre otros) y aspectos subjetivos (apreciaciones sobre el desarrollo de la jornada, retroalimentación del público ("feedback"), impresiones obtenidas, entre otros).

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Punto de venta. Materiales de visibilidad, informativos y publicitarios (carteles, expositores, stand, Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, entre otros). Documentación para asistentes. Material gráfico promocional. Material y equipos ofimáticos. Dispositivos tecnológicos. Productos o servicios a promocionar. Muestras, regalos promocionales. Uniforme.

Información utilizada o generada

El manual de información ("briefing") de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE) y áreas de acogida en el territorio: características y posicionamiento en el mercado del producto o servicio a promocionar, imagen de marca, empresa, acción comercial, público potencial, horario, pautas a seguir, espacio asignado o stand, materiales, recursos humanos, entre otros. Imagen corporativa: imagen

personal cuidada y supeditada a los requerimientos de marca, requisitos de uniformidad adecuados al acto e instrucciones concretas sobre el público objetivo ("target") para optimizar los resultados. Hoja de horarios y actividad de la jornada. Técnicas y habilidades comerciales. Normativas aplicables de Protección de Datos y sobre prevención de riesgos laborales (registro de entrega y ficha para el control de utilización de los EPI, en su caso).