

Estándar de competencias profesionales

Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos

Familia Profesional **Comercio y Marketing**
Nivel **3**
Código **ECP2452_3**
Estado **BOE**
Publicación **RD 43/2022**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Gestionar las acciones de desmontaje y finalización del evento corporativo interno o externo, cumpliendo con los parámetros de seguridad y dinamización, para asegurar los objetivos de la empresa e integridad del servicio proporcionado al cliente.

IC1.1 El desmontaje de los aspectos físicos del evento se ejecuta, siguiendo los parámetros de prioridades en cascada, comenzando por lo más voluminoso y lo que requiere una mayor intervención de personal, material y maquinaria de desmontaje como objetos audiovisuales, enseres gráficos y carpintería y el mobiliario, entre otros, respetando franjas horarias para escalonar el desmontaje, agilizando la presencia de montadores y personal auxiliar para espacios de carga y descarga como muelles o zonas destinadas a dicho propósito.

IC1.2 Los materiales y utensilios como material audiovisual, la producción gráfica, la carpintería, moquetas, entre otro se desmontan, gestionando la integridad de los mismos para comprobar con los proveedores el cumplimiento del servicio contratado.

IC1.3 La recogida del material propio se asegura, gestionando con el personal auxiliar su desmontaje y transporte a proveedores contratados, oficinas propias, almacenes, para garantizar su integridad y utilización en futuras acciones.

IC1.4 El espacio de desarrollo de las acciones del evento corporativo como auditorios, espacios singulares, palacios de congresos, entre otros, se comprueba, asegurando la integridad de los mismos y la ausencia de desperfectos, estando lo más cercano a su estado original posible.

- IC1.5** El documento esquemático en formato Check list se rellena, comprobando el cumplimiento de los parámetros del desmontaje como personas que se encargan de cada aspecto, proveedores deben acudir franjas horarias de desmontaje por prioridades, documentos de acreditación del personal de proveedores así como matrículas de los camiones de carga y descarga, listados del material alquilado de cada proveedor y datos de contacto de los responsables, entre otros, para garantizar un control y seguridad de la acción.
- IC1.6** La información de desarrollo del cumplimiento del evento se gestiona, cotejándolo, posteriormente, siguiendo el documento y entrevistándose con todos los proveedores, jefes de equipo del evento y cliente con el fin de obtener una visión completa del mismo para posterior evaluación.
- IC1.7** El grado de satisfacción del cliente se confirma, a través de entrevistas personales, cuestionarios y formularios, entre otros, atendiendo a los parámetros de calidad que ofrece la marca/empresa organizadora y producto contratado.
- EC2** Gestionar las acciones del cierre económico y desviaciones de los mismos con los proveedores y terceros subcontratados e implicados en el evento corporativo con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.
- IC2.1** Los presupuestos definitivos y desviaciones producidas se revisan con los proveedores, cotejando la verosimilitud, exactitud y adecuación a lo solicitado y las posibles variaciones ocurridas, ya sea con aprobación de la persona responsable o del propio cliente, para garantizar un presupuesto real y exacto.
- IC2.2** Las desviaciones producidas se revisan con los equipos responsables, estudiando causas y adecuación a situaciones como falta de planificación, imprevisto o solicitud del cliente, entre otros y poder en su caso derivarlas a costes de cliente o a costes propios, para ajustar presupuestos.
- IC2.3** Las acciones de cobro de factura se gestionan con cada proveedor, comprobando datos, con el fin de cerrar el expediente y asegurar el pago.
- IC2.4** Los datos y contactos de cada proveedor se facilitan al departamento administrativo, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora de manera que se agilice y facilite la gestión de los mismos.
- IC2.5** Los datos de presupuestos de proveedores y terceros se redactan, resumiendo la información a: presupuesto inicial y final, desviaciones y rápeles por volumen o descuentos aplicados de manera que posteriormente se pueda analizar la adecuación de la acción de compra y ahorro en el expediente de estudio de la rentabilidad del evento.

EC3 Gestionar las acciones de cierre de presupuestos finales y desviaciones de los mismos con el cliente, a través del envío de dichos presupuestos y la posterior reunión de análisis, con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.

IC3.1 El presupuesto definitivo con las desviaciones estudiadas y aprobadas con los proveedores se presenta al cliente, mediante herramientas de comunicación decididas en conjunto que suele convenir en el adelanto del presupuesto en el programa de cálculo Excel por email para su estudio previo por parte del cliente y gestionando una posterior reunión para debatir diferencias y consolidar su aprobación.

IC3.2 Los márgenes establecidos por la empresa y su adaptación de presupuesto con el cliente, se evalúan, determinando tipo de adaptación a presupuesto final en función de precio de proveedores, horas extras, personal, entre otros, para garantizar la rentabilidad del evento y satisfacción del cliente.

IC3.3 La forma de pago de la factura se negocia, coordinándola con el departamento de administración, disponibilidad de liquidez del cliente y necesidades de pago a terceros como proveedores entre otros para garantizar la eficacia en el cobro y satisfacción de los implicados.

IC3.4 El cobro de la factura por los servicios prestados en el evento al cliente, se gestiona, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora, facilitando el pago de la misma.

IC3.5 El análisis cuantitativo del presupuesto final, sus desviaciones, márgenes, distribuciones de costes y beneficios se gestiona, adecuándolo a las estrategias de márgenes y de inversión de la marca/empresa.

EC4 Evaluar los servicios prestados, mediante métodos estandarizados, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y aplicar la retroalimentación para la mejora de futuras acciones.

IC4.1 La información referente al evento y sus incidencias con el equipo, los proveedores y el cliente, se recoge, mediante entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, analizando el proceso para mejorar futuras acciones de eventos corporativos.

IC4.2 La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, comprobando la integridad de los mismos y la satisfacción del cliente.

IC4.3 Las evaluaciones recogidas mediante métodos estandarizados se evalúan cualitativa y cuantitativamente, segmentando la información según el servicio prestado.

IC4.4 Los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos se redactan, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales,

que incrementen la calidad del servicio prestado, mejora de imagen de la empresa organizadora y ofertas atractivas para clientes.

IC4.5 La información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad se analiza en reuniones internas y/o con el cliente, mediante memorias periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de la información obtenida, entre otras, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores de eventos corporativos.

IC4.6 Los datos obtenidos por estos medios se destinan al análisis del ROI (Return On Investment) para el cliente, analizando aspectos como la satisfacción del asistente, la fidelización o la implementación del mensaje.

EC5 Aplicar herramientas de comunicación y evaluación, diseñadas por la empresa organizadora del evento corporativo interno o externo a través de correos electrónicos, relación en redes sociales, correo físico y otras metodologías tecnológicas como los pen-drive o canales en la nube, para garantizar la continuidad de relación con el cliente, y de su fidelización.

IC5.1 La planificación estratégica posterior al evento de la empresa organizadora se evalúa, utilizando las herramientas diseñadas para tal fin, con objeto de garantizar el cumplimiento y objetivo de la marca, así como la imagen de la misma y fidelización y/o captación de clientes.

IC5.2 Las comunicaciones personalizadas, como videos resumen, fotos, entre otros se envían mediante herramientas informáticas generadas para el evento que usan gestores de envíos masivos, así como estructuras de envíos personalizados para garantizar la relevancia del mensaje transmitido y la capacidad de vinculación de los clientes con la marca, engagement.

IC5.3 La comunicación a lo largo del tiempo se planifica, uniendo los datos a la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM) de la empresa con los datos obtenidos en el evento como quienes se han interesado por un producto, quienes han visitado un stand o quienes han solicitado información adicional, entre otros, para proporcionar la fidelización y satisfacción del cliente con acciones planificadas y enfocadas, estacionales y especiales.

IC5.4 La información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad se transmite al cliente, mediante memorias de evaluación periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación y sistematización.

IC5.5 Los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos se redactan, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestados.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Equipos: ordenadores portátiles con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora, escalímetro, planos del espacio y de la distribución de los elementos. Escaleta del evento, guion y discursos y locuciones. Descripción de todo el material que trae cada proveedor y datos de contacto del mismo. Plan de desmontaje con horarios de carga y descarga y todos los datos adicionales necesarios como matrículas de los transportes y teléfonos de contacto. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

Información utilizada o generada

Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal. Normativa relativa a protección medioambiental y a la planificación de la actividad preventiva. Normativa específica (en la ejecución de eventos sostenibles). Normativa de prevención de riesgos laborales (montaje y desmontaje de construcciones efímeras y trabajos en altura). Normas internas de trabajo (procedimientos, directrices y protocolos, métodos de trabajo, reglamento interno de trabajo, entre otros). Normas externas de trabajo (manual del fabricante del material alquilado entre otros). Estándares de calidad internos marcados por la empresa y por el cliente. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías y de la prevención de riesgos y EPI en los lugares de los eventos.