

REFERENCIAL DE COMPETÊNCIAS

Técnico/a de Comércio

ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO: 341 – Comércio

CÓDIGO DA QUALIFICAÇÃO: 3411000

NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 4

DESCRIÇÃO GERAL DA QUALIFICAÇÃO:

Organizar e efetuar a comercialização de produtos e/ou serviços através de canais convencionais e *online* garantindo a satisfação dos clientes.

CONDIÇÕES DE CONTEXTO:

Exerce a sua função em empresas de diferentes áreas de atividade na venda a retalho de bens e serviços.

MAPEAMENTO DE UNIDADES DE COMPETÊNCIA¹:

UC OBRIGATÓRIAS (NUCLEARES)

ÁREAS FUNCIONAIS	CÓDIGO	N.º UC	UNIDADES DE COMPETÊNCIA
Vendas		01	Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços em contexto presencial
		02	Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços através de meios interativos ou digitais
		03	Efetuar a venda e assegurar os respetivos procedimentos administrativos
		04	Efetuar o acompanhamento pós-venda
		05	Receber e tratar reclamações de clientes relativamente a produtos ou serviços prestados em contexto presencial
		06	Efetuar a exposição e reposição de produtos nos pontos de venda
		07	Organizar e dinamizar pontos de venda
		08	Colaborar na organização e participação em feiras e eventos
Gestão		09	Organizar e executar os procedimentos administrativos inerentes à atividade comercial
		10	Controlar os <i>stocks</i> dos produtos comercializados pela empresa
		11	Controlar o processo de gestão das encomendas
Comunicação em línguas estrangeiras		12	Comunicar e interagir em língua inglesa em contexto de comércio (nível B2 do QECRL) ²

BOLSA
UC OPCIONAIS (NÃO NUCLEARES)

ÁREA FUNCIONAL	CÓDIGO	N.º UC	UNIDADE DE COMPETÊNCIA
Vendas		13	Receber e tratar reclamações de clientes através de meios interativos ou digitais
Comunicação em línguas estrangeiras		14	Comunicar e interagir em língua estrangeira em contexto de comércio (nível B1 do QECRL) ²

¹ Os códigos assinalados a laranja correspondem a UC comuns a dois ou mais referenciais desenhados em termos de resultados de aprendizagem.

² As UC de línguas estrangeiras não se encontram no desenvolvimento do referencial de competências.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 01

ATENDER E ACONSELHAR OS CLIENTES RELATIVAMENTE A PRODUTOS OU SERVIÇOS EM CONTEXTO PRESENCIAL

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços em contexto presencial

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Acolher o cliente e averiguar as suas necessidades	CD 1.1. Respeitando as regras gerais de atendimento presencial e o protocolo definido internamente
	CD 1.2. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 1.3. Comunicando em língua estrangeira de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 1.4. Questionando o cliente de forma a obter mais informações relativamente às suas necessidades
RP2. Apresentar os produtos e serviços ao cliente	CD 2.1. Selecionando a informação adequada aos interesses e objetivos expressos pelo cliente
	CD 2.2. Informando acerca das características do produto e serviço, preço, condições de aquisição, etc.
	CD 2.3 Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 2.4. Comunicando em língua estrangeira de forma clara e compreensível pelo cliente
RP3. Esclarecer dúvidas e questões do cliente relativamente ao produto ou serviço	CD 3.1. Comunicando em língua estrangeira de forma clara e compreensível pelo cliente e obtendo <i>feedback</i> da parte do cliente
	CD 3.2. Demonstrando disponibilidade e atenção perante novas as solicitações do cliente
RP4. Informar o cliente relativamente a programa de fidelização e/ou campanhas promocionais a decorrer	CD 4.1. Referindo as condições associadas aos programas ou campanhas
	CD 4.2. Respeitando as normas e regulamentos relativamente a proteção de dados e privacidade

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Registo de atendimento realizado.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
<p>RP1. Acolher o cliente e averiguar as suas necessidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais do setor do comércio e serviços Fundamentais da estrutura organizacional da empresa Fundamentais de legislação comercial Fundamentais de funções e competências do técnico de comércio Aprofundados de postura profissional Fundamentais de métodos de organização do trabalho Aprofundados de atendimento presencial Aprofundados de técnicas de atendimento presencial Fundamentais de normas de protocolo Aprofundados de comunicação e relacionamento interpessoal Aprofundados de técnicas de comunicação oral em contexto comercial Aprofundados de sistema informático do serviço comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Descrever as funções do técnico de comércio no atendimento presencial a clientes Identificar os fatores críticos do atendimento presencial a cliente Reconhecer a importância da postura profissional Aplicar técnicas de organização do trabalho Identificar as fases do atendimento presencial Utilizar estratégias de acolhimento e receção do cliente Aplicar estratégias de identificação das necessidades do cliente Utilizar técnicas de comunicação em contexto comercial Aplicar técnicas de comunicação em língua inglesa e/ou outra estrangeira Aplicar normas de protocolo Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de comércio 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade Comunicar com diferentes interlocutores em diferentes contextos Capacidade de organizar o trabalho e gerir o tempo
<p>RP2. Apresentar os produtos e serviços ao cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundados sobre os serviços e produtos comercializados na entidade Fundamentais sobre normas e regulamentos aplicáveis à comercialização dos produtos e serviços Fundamentais de ética e deontologia do atendimento comercial Aprofundados de estratégias de promoção comercial Aprofundados de sistema informático do serviço de comércio 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar documentação sobre os serviços e produtos comercializados (características; valor e preço a pagar; condições de troca, devolução, reparação; condições de garantia; direitos de propriedade; extensão de benefícios; efeitos na saúde do consumidor; outros) Analisar normas e regulamentos aplicáveis à venda e comercialização de produtos e serviços Analisar condições ou acordos especiais com entidades individuais ou coletivas Selecionar e aplicar regras de comunicação oral Aplicar técnicas de promoção e <i>marketing</i> de serviços e produtos comercializados Consultar e extrair informações do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade Comunicar com diferentes interlocutores em diferentes contextos Demonstrar capacidade de agir em conformidade com a ética comercial

<p>RP3. Esclarecer dúvidas e questões do cliente relativamente ao produto ou serviço</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados sobre os serviços e produtos comercializados na entidade • Aprofundados de técnicas de comunicação oral em contexto comercial • Aprofundados de sistema informático do serviço de comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar documentação sobre os serviços e produtos comercializados • Selecionar e aplicar técnicas de comunicação oral em contexto comercial (<i>feedback</i>; reformulação; etc.) • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Demonstrar capacidade de controlo emocional • Demonstrar proatividade e iniciativa
<p>RP4. Informar o cliente relativamente a programa de fidelização e/ou campanhas promocionais a decorrer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Básicos sobre plano estratégico • Fundamentais de plano <i>marketing</i> • Aprofundados de estratégias de promoção comercial • Aprofundadas de técnicas de fidelização de clientes • Aprofundados de sistema informático do serviço de comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar orientações relativamente a programas e campanhas • Aplicar técnicas de promoção de serviços e produtos comercializados • Selecionar e aplicar técnicas de fidelização de clientes • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Demonstrar capacidade de controlo emocional • Demonstrar proatividade e iniciativa

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e regulamentos internos relativamente às condições de venda e comercialização de produtos e serviços. Procedimentos internos relativamente à venda de serviços e produtos comercializados pela entidade. Documentação relativa aos serviços e produtos comercializados. Tabela de preços, condições e acordos especiais com clientes individuais e empresariais. Base de dados de clientes e potenciais clientes. Folhetos informativos e promocionais relativamente a produtos e serviços. Sistema informático do serviço comercial.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 02

ATENDER E ACONSELHAR OS CLIENTES RELATIVAMENTE A PRODUTOS OU SERVIÇOS ATRAVÉS DE MEIOS INTERATIVOS OU DIGITAIS

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços através de meios interativos ou digitais

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Receber o pedido telefónico do cliente e averiguar as suas necessidades	CD 1.1. Identificando o pedido no sistema de informação (central telefónica)
	CD 1.2. Respeitando as regras gerais de atendimento telefónico e o protocolo definido internamente
	CD 1.3. Respeitando os padrões de qualidade definidos para o atendimento telefónico
	CD 1.4. Questionando o cliente de forma a obter mais informações relativamente às suas necessidades
	CD 1.5. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 1.6. Comunicando em língua estrangeira de forma clara e compreensível pelo cliente
RP2. Prestar informações e aconselhar o cliente sobre produtos e serviços através de telefone	CD 2.1. Respeitando as regras gerais de atendimento telefónico e o protocolo definido internamente
	CD 2.2. Selecionando a informação adequada aos interesses e objetivos expressos pelo cliente
	CD 2.3. Consultando informação relativa aos produtos e serviços no sistema de informação
	CD 2.4. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 2.5. Demonstrando disponibilidade e interesse perante outras solicitações do cliente
	CD 2.6. Respeitando o código de conduta da comunicação comercial
RP3. Responder a mensagens e pedidos de informação de clientes por escrito relativamente a produtos ou serviços através de meios interativos ou digitais	CD 3.1. Identificando o pedido na plataforma digital, no sistema de informação ou outro canal de comunicação digital (redes sociais, por exemplo)
	CD 3.2. Respeitando as regras de comunicação escrita e as normas internas para a resposta através de plataformas digitais e outros canais <i>online</i> (<i>email, chat, rede sociais, etc.</i>)
	CD 3.3. Informando acerca das características do produto e serviço, preço, condições de aquisição, etc. de acordo com as solicitações do cliente
	CD 3.4. Respeitando as orientações do plano de <i>e-marketing</i> e as estratégias definidas
	CD 3.5. Respeitando o código de conduta da comunicação comercial
RP4. Registrar o serviço prestado no sistema de informação	CD 4.1. Respeitando as normas e procedimentos internos para o registo do serviço prestado
	CD 4.2. Mantendo o sistema de informação atualizado
	CD 4.3. Respeitando as normas e regulamentos relativamente a proteção de dados e privacidade

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Informação prestada/apoio prestado. Registo do serviço prestado ao cliente/consumidor em suporte tecnológico (por exemplo, plataforma digital de comunicação telefónica e *online*).

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
<p>RP1. Receber o pedido telefónico do cliente e averiguar as suas necessidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de <i>e-commerce</i> (<i>business-to-business</i>; <i>business-to-consumer</i>) Fundamentais de legislação sobre comércio eletrónico Aprofundados de funções e competências do técnico de comércio Aprofundados de atendimento ao cliente Aprofundados de técnicas de atendimento telefónico Aprofundados de comunicação comercial Aprofundados de normas e procedimentos relativos ao funcionamento do serviço comercial Aprofundados de requisitos de qualidade no serviço ao cliente Aprofundados de sistemas de informação do serviço comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Descrever as funções do técnico de comércio Reconhecer a especificidade da comunicação comercial telefónica e em canais <i>online</i> Identificar os fatores críticos do atendimento telefónico Identificar as fases do atendimento telefónico Aplicar técnicas de comunicação em língua inglesa e/ou outra estrangeira Utilizar técnicas de comunicação comercial Analisar normas e procedimentos relativos ao funcionamento do serviço comercial Aplicar requisitos de qualidade no serviço ao cliente Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de escuta ativa na interação com o cliente Demonstrar interesse pelo cliente/consumidor e respeito pela sua individualidade Demonstrar capacidade de comunicar com diferentes interlocutores em contextos diferenciados Capacidade de organizar o trabalho e gerir o tempo Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial
<p>RP2. Prestar informações e aconselhar o cliente sobre produtos e serviços através de telefone</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais sobre mercado e segmentação de mercado Fundamentais sobre tipologia de clientes, suas características e interesses comuns Aprofundados sobre tipologia de serviços e produtos comercializados pela entidade Aprofundados de comunicação comercial Aprofundados de técnicas de atendimento telefónico Aprofundados de normas de conduta da comunicação comercial Aprofundados de sistema de informação do serviço comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar e distinguir os conceitos e princípios fundamentais sobre mercado e segmentação do mercado Identificar e caracterizar os diferentes tipos de cliente e as suas necessidades Interpretar e aplicar normas e regulamentos sobre atendimento ao cliente/consumidor Aplicar técnicas de comunicação comercial Utilizar estratégias de promoção comercial Aplicar técnicas de atendimento telefónico Analisar e aplicar normas de conduta da comunicação comercial Consultar, extrair e registar informação no sistema informático Identificar e utilizar as 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de escuta ativa na interação com o cliente Demonstrar interesse pelo cliente/consumidor e respeito pela sua individualidade Comunicar com diferentes interlocutores Demonstrar proatividade na recolha e seleção de informação Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade

		<p>funcionalidades do sistema de informação do serviço comercial</p>	
<p>RP3. Responder a mensagens e pedidos de informação de clientes por escrito relativamente a produtos ou serviços através de meios interativos ou digitais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados sobre tipologia de serviços e produtos • Fundamentais sobre contratos comerciais • Aprofundados sobre normas e regulamentos de comércio eletrónico • Fundamentais de <i>e-marketing</i> • Aprofundados de comunicação comercial • Aprofundados de regras de comunicação escrita através de plataformas digitais e outros canais <i>online</i> (<i>sms, email, chat, redes sociais, outra</i>) • Aprofundados de fidelização de cliente • Aprofundados de sistemas de informação do serviço ao cliente • Aprofundados de plataformas de venda <i>online</i> e outros canais <i>online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar documentação técnica sobre os serviços e produtos comercializados • Interpretar e analisar regulamentos e normas de comércio eletrónico • Analisar condições ou acordos comerciais • Reconhecer a relevância do <i>e-commerce</i> e especificidade das competências do técnico • Selecionar e aplicar regras de comunicação escrita em canais interativos (<i>sms, email, chat, redes sociais, outra</i>) • Aplicar normas e procedimentos relativos ao atendimento ao cliente através de plataformas digitais e outros canais <i>online</i> • Aplicar estratégias de fidelização de cliente • Aplicar estratégias de <i>e-marketing</i> • Utilizar as funcionalidades dos sistemas de informação do serviço ao cliente • Utilizar as funcionalidades de comunicação e interação das plataformas digitais e outros canais <i>online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de adaptação a novas tecnologias de informação e comunicação • Demonstrar capacidade de escuta ativa na interação com o cliente • Demonstrar interesse pelo cliente/consumidor e respeito pela sua individualidade • Comunicar com diferentes interlocutores • Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial • Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade
<p>RP4. Registrar o serviço prestado no sistema de informação</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentais sobre sistema de gestão de informação e aplicações de comunicação interativa e digital • Fundamentais relativamente a normas e orientações gerais e internas de registo e atualização de dados do cliente/consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar e utilizar as funcionalidades dos sistemas de gestão de informação e aplicações de comunicação interativa e digital • Interpretar as orientações relativamente ao registo e atualização de dados do cliente/consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de adaptação a novas tecnologias de informação e comunicação • Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e regulamentos gerais e internos da organização relativamente ao comércio eletrónico. Normas e procedimentos internos relativamente ao serviço de atendimento ao cliente. Normas e condições relativas a venda e comercialização de produtos e serviços. Tabelas de preços, condições e acordos especiais com clientes individuais e empresariais. Legislação e regulamentos sobre proteção de dados e privacidade. Guia de boas práticas da comunicação comercial. Código de conduta do ICAP. Sistemas de informação e comunicação: telefónico, *email, fax, mobilephone, chat, videoconferência, plataforma digital, redes sociais, outros*. Sistema informático de gestão do serviço.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 03

EFETUAR A VENDA E ASSEGURAR OS RESPECTIVOS PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS

1. **UNIDADE DE COMPETÊNCIA:** Efetuar a venda e assegurar os respectivos procedimentos administrativos

2. **TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:**

- Nuclear
 Bolsa

3. **REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO**

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Acolher o cliente e auscultar as suas necessidades e expectativas	CD 1.1. Questionando o cliente para averiguar as suas necessidades com recurso a guião de perguntas-tipo
	CD 1.2. Respeitando as regras gerais de atendimento presencial e o protocolo definido internamente
RP2. Apresentar e demonstrar as funcionalidades do produto ou serviço	CD 2.1. Informando acerca das características do produto e serviço, preço, condições de aquisição, etc.
	CD 2.2. Recorrendo a argumentação comercial (características, benefícios contorno de objeções)
	CD 2.3. Recorrendo a demonstrações ou imagens ilustrativas das funcionalidades ou características do produto/serviço
	CD 2.4. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 2.5. Comunicando em língua estrangeira de forma clara e compreensível pelo cliente
RP3. Embalar e acondicionar os produtos comercializados	CD 3.1. Respeitando as normas e procedimentos internos
	CD 3.2. Considerando as especificidades do produto e o processo de transporte
	CD 3.3. Respeitando os pedidos expressos pelo cliente
RP4. Faturar os produtos e serviços adquiridos pelo cliente	CD 4.1. Recorrendo ao sistema informático para faturação de produtos e/ou serviços
	CD 4.2. Respeitando as condições de comercialização e acordos especiais existentes
	CD 4.3. Cumprindo as normas de contabilidade e faturação em vigor
	CD 4.4. Utilizando os meios de pagamento em vigor na entidade
RP5. Realizar o fecho da venda	CD 5.1. Articulando com serviço de entrega/distribuição de acordo com os procedimentos internos e o pedido expresso pelo cliente
	CD 5.2. Informando o cliente sobre assistência pós-venda e condições do serviço
	CD 5.3. Avaliando a satisfação do cliente e a qualidade do serviço prestado

4. **PRODUTOS/OUTPUTS:**

Registo de entrada do cliente no sistema informático ou em suporte de papel.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Acolher o cliente e auscultar as suas necessidades e expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de funções e competências do técnico de comércio • Aprofundados de comunicação comercial • Aprofundados de técnicas de atendimento presencial 	<ul style="list-style-type: none"> • Descrever as funções e competências do técnico de comércio no atendimento comercial • Identificar as fases de atendimento presencial ao cliente • Aplicar técnicas de atendimento presencial • Aplicar técnicas de comunicação em língua inglesa e/ou outra estrangeira • Aplicar técnicas de diagnóstico de necessidades do cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de comunicar com diferentes interlocutores em contextos diferenciados • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Agir em conformidade com a ética comercial
RP2. Apresentar e demonstrar as funcionalidades do produto ou serviço	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados sobre os serviços e produtos comercializados na entidade • Fundamentais sobre normas e regulamentos aplicáveis à comercialização dos produtos e serviços • Fundamentais de ética e deontologia do atendimento comercial • Básicos de programação neurolinguística • Aprofundados de vendas • Aprofundados de negociação • Aprofundados de sistema informático do serviço comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar documentação sobre os serviços e produtos comercializados (características; valor e preço a pagar; condições de troca, devolução, reparação; condições de garantia; direitos de propriedade; extensão de benefícios; efeitos na saúde do consumidor; outros) • Analisar normas e regulamentos e normas aplicáveis à venda e comercialização de produtos e serviços • Analisar as fases da venda • Aplicar estratégias de argumentação • Adequar as formas de demonstração e apresentação aos diferentes sistemas de representação sensorial • Consultar e extrair informações do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Comunicar com diferentes interlocutores em diferentes contextos • Demonstrar capacidade de agir em conformidade com a ética comercial • Demonstrar capacidade de argumentação
RP3. Embalar e acondicionar os produtos comercializados	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundadas de técnicas de acondicionamento e embalagem de mercadorias • Aprofundados de normas e regulamentos do transporte de mercadorias • Fundamentais de meios de transporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecionar e aplicar técnicas de embalagem e acondicionamento • Analisar normas e regulamentos de transporte de mercadorias 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar respeito pelas normas e procedimentos definidos • Demonstrar capacidade de resolver problemas e situações imprevistas

<p>RP4. Faturar os produtos e serviços adquiridos pelo cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentais de legislação e regulamentos de faturação de produtos e serviços • Fundamentais de contratos comerciais e condições particulares de comercialização dos produtos e serviços • Fundamentais de normas contabilísticas aplicáveis às vendas de produtos e serviços (emissão de faturas/recibos, notas de encomenda, etc.) • Fundamentais de normas e procedimentos de extratos de contas e emissão de faturas • Aprofundados de meios de pagamento em vigor na entidade • Aprofundados do sistema informático de faturação 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar legislação e regulamentos de faturação de produtos e serviços • Interpretar contratos comerciais e condições particulares de comercialização dos produtos e serviços • Aplicar procedimentos de emissão de faturas e outros documentos contabilísticos • Selecionar e utilizar as funcionalidades do sistema informático de faturação 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar respeito pelas normas e procedimentos definidos • Demonstrar capacidade de organização do trabalho e gestão de tempo
<p>RP5. Realizar o fecho da venda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de normas e procedimentos internos para o fecho da venda • Aprofundados de técnicas de fidelização de clientes • Aprofundados de venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecionar e aplicar as normas e procedimentos internos de fecho de venda • Aplicar estratégias de fidelização de clientes • Aplicar os procedimentos gerais e internos para a avaliação da satisfação do cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar proatividade e iniciativa na resolução de problemas e imprevistos • Demonstrar capacidade de agir em conformidade com a ética comercial • Demonstrar capacidade de argumentação

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e regulamentos relativamente às condições de venda e comercialização de produtos e serviços. Procedimentos internos relativamente à comercialização de serviços e produtos. Tabela de preços, condições e acordos especiais com clientes individuais e empresariais. Documentação técnica sobre os produtos e serviços comercializados (manuais de instruções, garantia; outros). Sistema informático de faturação de produtos e serviços vendidos. Meios de pagamento.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 04
EFETUAR O ACOMPANHAMENTO PÓS-VENDA

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Efetuar o acompanhamento pós-venda

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Analisar a situação de partida	CD 1.1. Identificando as necessidades do cliente, as razões do seu contacto e os contornos da situação (pedido de agendamento de entrega, troca de produto, devolução, reclamação, outra)
	CD 1.2. Questionando o cliente de forma a obter mais informações relativamente à situação
	CD 1.3. Propondo uma solução para a situação reportada e obtendo a anuência do cliente
	CD 1.4. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 1.5. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente, em língua inglesa ou outra língua estrangeira
RP2. Planear e organizar entregas de produtos	CD 2.1. Questionando o cliente acerca das suas necessidades e disponibilidades relativamente à entrega da mercadoria
	CD 2.2. Contactando com serviços de expedição e transporte para averiguar disponibilidades e calendários de entregas
	CD 2.3. Agendando a entrega de acordo com as orientações internas, as normas relativas a expedição e distribuição das mercadorias e as necessidades expressas pelo cliente
	CD 2.4. Registando o agendamento na sistema de informação do serviço pós-venda
RP3. Efetuar e/ou providenciar trocas e devoluções	CD 3.1. Identificando as características da situação (troca, devolução; avaria; defeito; insatisfação; outra) e avaliando da conformidade das condições aplicáveis
	CD 3.2. Informando o cliente relativamente a condições de troca e devolução de produtos e alterações contratuais
	CD 3.3. Demonstrando calma, compreensão e atenção perante as necessidades do cliente
RP4. Receber e encaminhar pedidos de assistência técnica	CD 4.1. Articulado com os serviços técnicos internos ou externos de acordo com os procedimentos definidos
	CD 4.2. Informando o cliente relativamente às condições da assistência técnica, garantias, apoios e serviços existentes
	CD 4.3. Assegurando a emissão de documentação e outros procedimentos administrativos relativos a pedidos de assistência técnica
RP 5. Avaliar a satisfação do cliente com a prestação de serviço	CD 5.1. Respeitando os procedimentos internos para a avaliação da qualidade do serviço ao cliente
	CD 5.2. Recorrendo a estratégias de fidelização do cliente de acordo com o plano de comunicação definido (descontos, ofertas, brindes, promoções, etc.)
	CD 5.3. Recorrendo a instrumentos de avaliação da satisfação do serviço prestado ao cliente
	CD 5.4. Registando a informação no sistema informático do serviço pós-venda

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Documentação relativa ao serviço prestado (devolução, troca, pedido de assistência técnica, outro).
Calendarização da entrega programada. Registo do serviço pós-venda realizado.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Analisar a situação de partida	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de organização e funcionamento do serviço de pós-venda • Aprofundados de técnicas de comunicação comercial • Aprofundados de técnicas de atendimento ao cliente • Aprofundados de Gestão do Relacionamento com o Cliente (CRM) • Sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar e aplicar os procedimentos de pós-venda • Descrever as funções e competências do técnico de comércio no serviço pós venda • Compreender a relevância da fase pós venda na estratégia comercial na empresa • Utilizar técnicas de comunicação comercial • Aplicar regras de comunicação oral • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar empatia e capacidade de escuta ativa • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Comunicar com diferentes interlocutores em diferentes contextos • Capacidade de organizar o trabalho e gerir o tempo
RP2. Planear e organizar entregas de produtos	<ul style="list-style-type: none"> • Organização e funcionamento do serviço de pós-venda • Fundamentais de distribuição logística • Fundamentais de regulamentos e normas de transporte de mercadorias • Aprofundados de procedimentos de serviços de entrega a clientes • Aprofundados do sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar e aplicar os procedimentos de entrega de produtos a clientes • Aplicar técnicas de organização e agendamentos de entregas • Aplicar os procedimentos de emissão de documentação (nota de devolução; nota de crédito; guia de transporte; outras) • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Demonstrar respeito pelos regulamentos e normas existentes • Agir em conformidade com a ética comercial • Demonstrar controlo emocional em situações de stresse e de conflito
RP3. Efetuar e/ou providenciar trocas e devoluções	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de procedimentos de troca e devolução de produtos • Aprofundados de regulamentos gerais e internos aplicáveis à devolução de produtos e cancelamento de serviços • Aprofundados de sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar e aplicar os procedimentos de pós-venda • Interpretar e analisar regulamentos e normas aplicáveis à devolução de produtos e cancelamento de serviços • Aplicar os procedimentos de emissão de documentação (nota de devolução; nota de crédito; guia de transporte; outras) para trocas e devoluções • Utilizar as funcionalidades do sistema informático pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar respeito pelos regulamentos e normas existentes • Agir em conformidade com a ética comercial • Demonstrar controlo emocional em situações de stresse e de conflito • Demonstrar capacidade de atuar de acordo com as orientações superiores e no quadro da responsabilidade definida
RP4. Receber e encaminhar pedidos de assistência técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de garantias, apoios e serviços de assistência técnica 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar e aplicar regulamentos e normas de garantias, apoios e serviços de assistência técnica 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar respeito pelos regulamentos e normas existentes

	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de sistema informático do serviço pós-venda 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar os procedimentos de emissão de documentação (guia de entrada; guia de transporte; outras) para garantia e assistência técnica 	<ul style="list-style-type: none"> • Agir em conformidade com a ética comercial • Demonstrar controlo emocional em situações de stresse e de conflito
<p>RP5. Avaliar a satisfação do cliente com a prestação de serviço</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de serviço ao cliente • Aprofundados de avaliação da prestação do serviço ao cliente • Fundamentais de requisitos da qualidade no serviço ao cliente • Aprofundados de procedimentos gerais e internos para a avaliação da satisfação do cliente • Aprofundados de estratégias de fidelização de clientes • Aprofundados de sistema informático do serviço 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar os procedimentos gerais e internos para a avaliação da satisfação do cliente • Selecionar e aplicar estratégias de fidelização de clientes • Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar empatia e capacidade de escuta ativa • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar proatividade e espírito de iniciativa

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e regulamentos sobre condições de venda e comercialização de produtos e serviços. Normas gerais e internas relativamente ao serviço de pós-venda. Documentação relativa aos serviços e produtos comercializados (contratos, garantias, manuais de instruções, etc.). Tabela de preços, condições e acordos especiais com clientes individuais. Condições contratuais e acordos especiais com clientes empresariais, clientes de grandes contas, etc. Base de dados de clientes, entidades parceiras e fornecedores (assistência técnica, manutenção, transporte/distribuição, etc.). Meios de comunicação: telefone, plataforma *online*, internet, etc. Sistema informático do serviço pós-venda.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 05

RECEBER E TRATAR RECLAMAÇÕES DE CLIENTES RELATIVAMENTE A PRODUTOS OU SERVIÇOS PRESTADOS EM CONTEXTO PRESENCIAL

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Receber e tratar reclamações de clientes relativamente a produtos ou serviços em contexto presencial

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Analisar a situação de partida	CD 1.1. Identificando as necessidades do cliente e as razões do seu contacto
	CD 1.2. Demonstrando calma, compreensão e atenção perante as necessidades do cliente
	CD 1.3. Questionando o cliente de forma a obter mais informações relativamente à situação
	CD 1.4. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente
	CD 1.5. Comunicando de forma clara e compreensível pelo cliente, em língua inglesa ou outra língua estrangeira
RP2. Resolver e/ou reencaminhar reclamações de cliente	CD 2.1. Respeitando os regulamentos e normas internas para a receção, tratamento e encaminhamento de reclamações
	CD 2.2. Propondo soluções para a resolução do problema e obtendo a concordância do cliente (substituição, devolução, apoio técnico, etc.)
	CD 2.3. Considerando os padrões de qualidade definidos para o tratamento de reclamações
	CD 2.4. Demonstrando calma e controlo emocional perante situações de alteração emocional do cliente
	CD 2.5. Encaminhando para superior hierárquico ou outro serviço definido nos procedimentos internos

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Registo da reclamação efetuada.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Analisar a situação de partida	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de gestão de reclamações • Fundamentais de regulamentos e normas para receção de reclamações • Fundamentais de funções e competências do técnico de comércio • Fundamentais de controlo emocional • Aprofundados de comunicação e relacionamento interpessoal • Aprofundados de comunicação assertiva • Fundamentais de comunicação em língua inglesa ou outra língua estrangeira • Aprofundados de sistema informático do serviço de gestão de reclamações 	<ul style="list-style-type: none"> • Descrever as funções do técnico de comércio no tratamento de reclamações • Analisar regulamentos e normas relativas a reclamações • Identificar os fatores críticos da gestão de reclamações • Reconhecer a importância do controlo emocional na gestão de reclamações • Utilizar estratégias de acolhimento e receção de reclamações • Aplicar estratégias de controlo emocional • Utilizar técnicas de comunicação assertiva • Aplicar técnicas de comunicação em língua inglesa e/ou outra estrangeira • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar empatia e capacidade de escuta ativa • Demonstrar capacidade de controlo emocional • Demonstrar interesse pelo cliente e respeito pela sua individualidade • Comunicar com diferentes interlocutores em diferentes contextos
RP2. Resolver e/ou reencaminhar reclamações de cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de gestão de reclamações • Fundamentais de regulamentos e normas para gestão de reclamações • Aprofundados de estratégias de gestão de reclamações • Fundamentais de controlo emocional • Aprofundados de fidelização de clientes • Fundamentais de <i>marketing</i> relacional • Aprofundados de sistema informático do serviço de apoio ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecionar e utilizar estratégias de gestão de reclamações • Aplicar regulamentos e normas de gestão de reclamações • Aplicar estratégias de controlo emocional • Utilizar técnicas de comunicação assertiva • Aplicar estratégias de fidelização de clientes • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de apoio ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de agir de acordo com as orientações superiores e no quadro da responsabilidade definida • Demonstrar empatia e capacidade de escuta ativa • Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal • Demonstrar capacidade de controlo emocional

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e normas gerais e internas relativamente a reclamações. Livro de reclamações e documentação interna de recolha de sugestões e reclamações. Documentação relativa aos serviços e produtos comercializados (garantias, manuais de instruções, etc.). Tabela de preços, condições e acordos especiais com clientes individuais e empresariais. Meios de comunicação: telefone e sistema de informação e comunicação da entidade. Sistema informático do serviço de apoio ao cliente.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 06

EFETUAR A EXPOSIÇÃO E REPOSIÇÃO DE PRODUTOS NOS PONTOS DE VENDA

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Efetuar a exposição e reposição de produtos nos pontos de venda

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

Nuclear

Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Executar a reposição de bens e produtos nos pontos de venda	CD 1.1. Respeitando as orientações do plano de visual <i>merchandising</i> , as características do ponto de venda e dos produtos
	CD 1.2. Respeitando as normas de segurança e saúde no trabalho
	CD 1.3. Respeitando os procedimentos para a montagem de lineares, topos de gôndolas e ilhas de acordo com o plano definidos
	CD 1.4. Afixando a informação de preços de acordo com as normas gerais e os procedimentos definidos internamente
RP2. Expor e promover bens e produtos	CD 2.1. Respeitando as orientações do plano de visual <i>merchandising</i>
	CD 2.2. Considerando os fatores críticos para promoção de produtos
RP3. Implementar estratégias visuais de promoção de bens e produtos	CD 3.1. Colocando etiquetas com preços e outra sinalética promocional de acordo com o plano definido
	CD 3.2. Respeitando as orientações do plano de <i>visual merchandising</i>

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Produtos expostos de acordo com o plano definido. Recursos de organização dos espaços de venda: Lineares, topos de gôndolas, ilhas e outros. Etiquetas e informação sobre preços e produtos dispostos de acordo com o plano de *visual merchandising*.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Executar a reposição de bens e produtos nos pontos de venda	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de promoção comercial Fundamentais de <i>merchandising</i> Fundamentais de <i>visual merchandising</i> Fundamentais de meios de promoção Aprofundados de produtos/serviços comercializados Fundamentais de técnicas e ferramentas de decoração de interiores e imagem, caracterização de espaços de intervenção Aprofundados de técnicas de reposição de bens e produtos em espaços comerciais Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar o plano de <i>marketing</i> Analisar as estratégias do plano de <i>visual merchandising</i> Descrever as funções e competências do técnico de comércio na exposição e reposição de pontos de vendas Analisar as potencialidades de exposição do produto e/ou serviço e o perfil do público-alvo Caracterizar o espaço de intervenção, identificando os pontos estratégicos de exposição Analisar os fatores críticos da exposição de produtos em espaços comerciais Aplicar técnicas de reposição de bens e produtos Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa
RP2. Expor e promover bens e produtos	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de técnicas de embalagem e promoção de produtos Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os fatores que críticos na embalagem e promoção de produtos Aplicar técnicas de embalagem e promoção de produtos Selecionar e utilizar recursos promocionais Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa
RP3. Implementar estratégias visuais de promoção de bens e produtos	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de técnicas de publicidade e promoção Fundamentais de estratégias promocionais de bens e produtos Aprofundados de normas de segurança e qualidade alimentar Aprofundados de saúde e segurança no trabalho Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar as estratégias do plano de <i>visual merchandising</i> Selecionar e utilizar estratégias visuais de promoção de produtos Aplicar normas de segurança e qualidade alimentar Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa

6. RECURSOS EXTERNOS:

Plano de *marketing*. Plano de *visual merchandising*. Recursos visuais de promoção de produtos: lineares, topos de gôndolas, ilhas e outros. Documentação de boas práticas; Sistema informático.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 07
ORGANIZAR E DINAMIZAR PONTOS DE VENDA

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Organizar e dinamizar pontos de venda

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Analisar a situação de partida	CD 1.1. Avaliando o potencial de exposição do produto e dos pontos de venda
	CD 1.2. Considerando os fatores críticos para a organização e dinamização de pontos de venda (características dos produtos e do público-alvo; área; layout da loja; espaços interiores e exteriores, outros)
RP2. Organizar os pontos de venda	CD 2.1. Definindo as áreas dos pontos de venda (pontos quentes, pontos frios, etc.) de acordo com as características do espaço comercial e o público-alvo
	CD 2.2. Respeitando as diferentes técnicas de organização do espaço (disposição dos lineares; apresentação vertical vs. horizontal; etc.)
	CD 2.3. Respeitando as orientações do plano de <i>visual merchandising</i>
RP3. Definir e implementar estratégias de dinamização dos espaços de venda	CD 3.1. Considerando os fatores críticos para a dinamização dos pontos de venda
	CD 3.2. Selecionando as estratégias de acordo com o plano de <i>marketing</i> (animações permanentes; animações pontuais; etc.), os recursos disponíveis (som, imagem, decoração, cartazes, etc.), as características do produto e do público-alvo
	CD 3.3. Respeitando as orientações do plano de <i>visual merchandising</i>

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Estratégias e recursos de organização e dinamização dos pontos de venda.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Analisar a situação de partida	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de <i>merchandising</i> Fundamentais de <i>Visual merchandising</i> Fundamentais de organização de espaços de venda Fundamentais de técnicas e ferramentas de decoração de interiores e imagem, caracterização de espaços de intervenção Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar os fatores críticos da organização e dinamização de espaços de venda Identificar e caracterizar os espaços e a sua organização Aplicar técnicas de avaliação do potencial de exposição do espaço Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa
RP2. Organizar o espaço de venda	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de técnicas de organização do espaço de vendas Fundamentais de <i>marketing-mix</i> Fundamentais de comportamento do consumidor Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar os elementos centrais do <i>marketing-mix</i> Analisar as variáveis relativas ao comportamento do consumidor Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa
RP3. Definir e implementar estratégias de dinamização do espaço de venda	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de técnicas de dinamização de espaços de venda Fundamentais de plano de <i>marketing</i> Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar as orientações e objetivos do plano de <i>marketing</i> Selecionar e utilizar estratégias de dinamização do espaço de venda Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de criatividade e inovação nas soluções propostas Demonstrar proatividade e iniciativa Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa

6. RECURSOS EXTERNOS:

Plano de *marketing*. Plano de *visual merchandising*. Recursos para a organização do ponto de venda. Documentação de boas práticas para a organização e dinamização de pontos de venda para estabelecimentos comerciais de diferentes tipologias. Sistema informático.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 08

COLABORAR NA ORGANIZAÇÃO E PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E EVENTOS

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Colaborar na organização e participação em feiras e eventos

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Planear e preparar a presença da organização em eventos	CD 1.1. Respeitando a estratégia da organização, a conjuntura económica e a análise e tendências do mercado
	CD 1.2. Definindo objetivos e identificando as necessidades de recursos humanos, materiais e orçamentais
	CD 1.3. Respeitando as orientações da política de <i>marketing</i> e de <i>visual merchandising</i> para a organização do espaço e exposição dos produtos
	CD 1.4. Tendo em consideração as características dos eventos (âmbito, número de edições já realizadas, número de visitantes esperados e perfil, meios de divulgação do certame, ...)
RP2. Participar no certame do evento	CD 2.1. Adequando a comunicação às necessidades e características do interlocutor
	CD 2.2. Apresentando os produtos e as suas características e efetuando demonstrações de produtos
	CD 2.4. Recorrendo a suportes de comunicação dos produtos
	CD 2.3. Comunicando em língua estrangeira e utilizando linguagem acessível e compreensível
RP3. Avaliar a presença da organização no evento e redigir relatório	CD 3.1. Considerando o número de visitantes, a percentagem de decisores de compra, o impacto causado, o custo por visitante, os contactos qualificados, a eventual angariação de encomendas, e os potenciais novos clientes
	CD 3.2. Considerando os objetivos definidos, os critérios e referenciais de apoio à análise estabelecidos

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Plano do evento, incluindo recursos humanos e materiais a afetar. Cronograma, gráfico de Gantt e/ou outros instrumentos de planeamento temporal; Estratégia de *marketing* pré-evento. Plano de organização do *stand* e exposição dos produtos. Registo de contatos estabelecidos. Relatório de avaliação da presença da organização no evento.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Planear e preparar a presença da organização em eventos	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de tipos de eventos Fundamentais de planeamento de eventos promocionais Aprofundados de instrumentos de apoio ao planeamento de eventos Fundamentais de técnicas de orçamentação de eventos Fundamentais de determinantes na orçamentação de eventos (aluguer do espaço, stand, transportes das mercadorias, serviços da feira, recursos humanos, publicidade e divulgação, deslocações e estadias) Aprofundados de logística do evento Fundamentais de visual <i>merchandising</i> Fundamentais de suportes de comunicação (ex. posters, catálogo, anúncios, <i>banners</i>, animação no stand, anúncios nos OCS, <i>press-releases</i>, ...) Aprofundados de estratégia de <i>marketing</i> pré-evento: envio de convites, "<i>direct mail</i>", publicidade na imprensa Fundamentais de técnicas de montagem do <i>stand</i> e exposição dos produtos Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os diferentes tipos de eventos e respetivas implicações Utilizar instrumentos de apoio ao planeamento Aplicar técnicas de cálculo orçamental da participação da organização no evento Aplicar técnicas de conceção de suportes comunicacionais Definir e aplicar uma estratégia de <i>marketing</i> pré-evento para a feira Aplicar técnicas de organização do espaço e exposição de produtos Selecionar os produtos ou serviços mais adequados a cada evento/mercado Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento e organização Demonstrar responsabilidade na organização Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa Demonstrar capacidade de comunicação com diferentes interlocutores
RP2. Participar no certame do evento	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de comunicação e relacionamento interpessoal Fundamentais de técnicas de comunicação comercial Fundamentais de técnicas de comunicação assertiva Fundamentais de protocolo aplicado à comunicação oral e escrita Fundamentais de regras de cortesia e etiqueta no atendimento 	<ul style="list-style-type: none"> Reconhecer diferentes estilos e níveis comunicacionais Aplicar técnicas de comunicação assertiva Aplicar as regras do protocolo no atendimento Aplicar as regras de cortesia e etiqueta no atendimento Selecionar a informação a fornecer ao cliente Registar os contactos relevantes estabelecidos 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de escuta ativa Demonstrar interesse em compreender as necessidades e expectativas do interlocutor Demonstrar iniciativa para resolução de situações imprevistas Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa

RP3. Avaliar a presença da organização no evento e redigir relatório	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de avaliação de eventos • Fundamentais de técnicas de redação de relatórios • Aprofundados de relatórios de participação em eventos • Aprofundados de sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir objetivos e critérios de avaliação • Aplicar técnicas de avaliação de eventos • Aplicar técnicas de redação de relatórios • Utilizar os meios informáticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa • Demonstrar capacidade de planeamento e espírito crítico
---	---	---	---

6. RECURSOS EXTERNOS:

Política de *marketing*. Política de promoção e publicidade. Informação sobre eventos. Regulamento do evento. Guia do expositor. Bases de dados com contatos para organizar a logística do evento. Suportes de comunicação da organização. Plano de visual *merchandising*. Listagem com meios de comunicação social. Documentação promocional, brindes. Meios informáticos: computadores, impressoras. *Software* específico. Internet. Meios de comunicação: e-mail, fax, telefones. Material de escritório.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 09

ORGANIZAR E EXECUTAR OS PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS INERENTES À ATIVIDADE COMERCIAL

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Organizar e executar os procedimentos administrativos inerentes à atividade comercial

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Assegurar a emissão e organização da documentação comercial	CD 1.1. Respeitando os regulamentos e procedimentos gerais e internos para emissão de documentação comercial (faturas/recibos; guias de remessa; outras)
	CD 1.2. Recorrendo a sistema informático para emissão de documentação comercial
RP2. Assegurar o tratamento da correspondência comercial	CD 2.1. Respeitando os procedimentos de recepção, registo, distribuição e expedição da correspondência
	CD 2.2. Respeitando o circuito da correspondência na empresa
	CD 2.3. Utilizando o sistema informático para tratamento da correspondência comercial
RP3. Organizar e atualizar o arquivo da documentação comercial	CD 3.1. Respeitando os procedimentos gerais e internos definidos para organização do arquivo
	CD 3.2. Respeitando os critérios de classificação e arquivo
	CD 3.3. Registrando a informação no sistema informático
RP4. Controlar e gerir consumíveis e outros materiais inerentes à sua atividade	CD 4.1. Respeitando os procedimentos gerais e internos para a gestão do economato (requisição, recepção e armazenamento do material de escritório)
	CD 4.2. Controlando e registrando consumos e encomendas no sistema informático
RP5. Gerar mapas e relatórios relativos ao serviço comercial	CD 5.1. Considerando os padrões de desempenho e os indicadores definidos para a gestão do negócio
	CD 5.2. Selecionando e tratando informação relativa a indicadores da atividade comercial (produtos comercializados; stocks; clientes; custos; margens; etc.)
	CD 5.3. Utilizando as funcionalidades do sistema informático e das aplicações estatísticas

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Documentação comercial emitida e organizada. Registo da correspondência rececionada e expedida. Arquivo de documentação atualizado. Registo de requisição e entradas de consumíveis. Mapas e relatórios de atividade comercial.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Assegurar a emissão e organização da documentação comercial	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de legislação e regulamentos da atividade comercial Fundamentais de modelos organizacionais em empresas comerciais Fundamentais de organização e funcionamento de empresas comerciais Aprofundados de organização e métodos de trabalho Aprofundados de documentação comercial (nota de encomenda; nota de venda; requisição; guia de remessa; fatura; recibo; venda a dinheiro; nota de crédito) Fundamentais de contabilidade Aprofundados de procedimentos de emissão e organização da documentação comercial Aprofundados de sistema informático de gestão administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar legislação e regulamentos da atividade comercial Identificar os principais modelos organizacionais das empresas comerciais Descrever as funções e competências do técnico de comércio na gestão administrativa Analisar a organização e funcionamento de empresas comerciais Identificar e aplicar métodos de organização de trabalho Identificar os tipos de documentação comercial e normas aplicáveis Aplicar procedimentos de emissão e organização da documentação comercial Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação. Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa Demonstrar capacidade de respeitar e fazer respeitar as normas e procedimentos
RP2. Assegurar o tratamento da correspondência comercial	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundados de organização e arquivo da correspondência comercial Fundamentais de contabilidade Fundamentais de gestão documental Fundamentais de circuito Aprofundados de sistema informático de gestão administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> Interpretar os procedimentos de gestão da correspondência comercial Aplicar técnicas de gestão documental Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação. Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa Demonstrar capacidade de respeitar e fazer respeitar as normas e procedimentos
RP3. Organizar e atualizar o arquivo da documentação comercial	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de organização e manutenção de arquivos Fundamentais de técnicas de classificação, codificação e indexação de documentos administrativos e contabilísticos Aprofundados de sistema informático do serviço administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Descrever as funções e requisitos da gestão de arquivo Aplicar técnicas de organização e arquivo de correspondência comercial Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> Respeito pelos regulamentos e normas existentes
RP4. Controlar e gerir consumíveis e outros materiais inerentes à sua atividade	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de gestão do economato Fundamentais de procedimentos de requisição e organização materiais de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> Interpretar e aplicar procedimentos de gestão do economato Aplicar os procedimentos para requisição e organização de materiais de 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação. Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa

	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de sistema informático do serviço administrativo 	<p>consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar as funcionalidades do sistema informático 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de respeitar e fazer respeitar as normas e procedimentos • Demonstrar capacidade de gestão racional de recursos
<p>RP5. Gerar mapas e relatórios relativos ao serviço comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Básicos de planeamento e gestão estratégica • Fundamentais de gestão comercial • Fundamentais de indicadores de gestão comercial • Aprofundados de sistema informático • Aprofundados de procedimentos de extratos de mapas e relatórios 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar os objetivos e estratégias do plano de negócios • Identificar os fatores chave do negócio • Selecionar e analisar informação sobre indicadores de gestão comercial • Aplicar procedimentos de emissão de mapas e relatórios • Selecionar e utilizar as funcionalidades da aplicação informática 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação. • Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa • Demonstrar capacidade de respeitar e fazer respeitar as normas e procedimentos

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e regulamentos sobre documentação comercial. Procedimentos gerais e internos para emissão e organização da documentação comercial. Procedimentos gerais e internos de gestão da correspondência comercial. Plano de negócios e indicadores de gestão. Sistema informático de gestão administrativa.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 10

CONTROLAR OS STOCKS DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELA EMPRESA

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: *Controlar os stocks dos produtos comercializados pela empresa*

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Selecionar e calcular a cobertura e stocks para as diferentes categorias	CD 1.1. Considerando os determinantes do nível ótimo de <i>stocks</i> e os indicadores para cada categoria
	CD 1.2. Procedendo à inventariação das diferentes categorias (por produtos, por valor, por dias)
	CD 1.3. Aplicando técnicas de cálculo de cobertura e <i>stocks</i>
RP2. Assegurar a inventariação dos bens e produtos	CD 2.1. Respeitando os procedimentos internos e as técnicas de inventários
	CD 2.2. Registando os dados no sistema de informação de gestão de <i>stocks</i>
	CD 2.3. Recorrendo a sistemas e instrumentos de controlo da gestão de <i>stocks</i>
RP3. Controlar o processo de armazenagem de bens e produtos	CD 3.1. Assegurando o processo de receção e conferência dos bens e produtos (conferência documental e qualitativa)
	CD 3.2. Verificando as condições de manuseamento, embalagem e acondicionamento dos bens e produtos expedidos
	CD 3.3. Respeitando as orientações dadas e o plano de encomendas
	CD 3.4. Detetando não conformidades e atuando de acordo com os procedimentos internos definidos
	CD 3.5. Respeitando as normas de qualidade e ambiente
	CD 3.6. Respeitando as normas de saúde e segurança no trabalho
	CD 3.7. Registando os movimentos de bens e produtos no sistema informático de <i>gestão de stocks</i>

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Cálculo da cobertura e dos *stocks* por categorias. Inventário realizado. Registo de bens e produtos rececionados, armazenados e expedidos. Registo de não conformidades detetadas e ações corretivas tomadas.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
<p>RP1. Selecionar e calcular a cobertura e stocks para as diferentes categorias</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de aprovisionamento Básicos de logística Fundamentais de princípios da gestão de <i>stocks</i> Fundamentais de custos associados à gestão de <i>stocks</i> Básicos de logística Fundamentais de sistemas de controlo de gestão 	<ul style="list-style-type: none"> Descrever as funções e competências do técnico no controlo de <i>stocks</i> Analisar os princípios gerais da gestão de <i>stocks</i> Identificar os principais indicadores de gestão de <i>stocks</i> Identificar e avaliar os determinantes da gestão de <i>stocks</i> Identificar os custos associados à gestão de <i>stocks</i> Utilizar instrumentos de controlo da gestão de <i>stocks</i> Descrever as funções do técnico de logística na gestão de encomendas e <i>stocks</i> Descrever as funções do técnico de logística na interface com fornecedores, clientes e outros parceiros de negócio Utilizar as funcionalidades dos sistemas informáticos de gestão de armazéns Analisar documentação de boas práticas de gestão de armazéns Analisar os princípios de sistemas de controlo de gestão 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação Demonstrar capacidade de trabalhar em equipa Demonstrar capacidade de respeitar e fazer respeitar as normas e procedimentos
<p>RP2. Assegurar a inventariação dos produtos comercializados</p>	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundados de inventariação de bens e produtos Aprofundados de documentação utilizada na inventariação de bens e produtos Aprofundados de controlo de qualidade nos aprovisionamentos Aprofundados de sistemas informáticos de gestão de <i>stocks</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar procedimentos de inventariação de bens e produtos Utilizar procedimentos de controlo de qualidade de bens e produtos Selecionar e analisar informação estatística relativa a indicadores de gestão de <i>stocks</i> Utilizar as funcionalidades do sistema informático de gestão de <i>stocks</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação. Demonstrar capacidade de atenção a detalhes Demonstrar capacidade de tomar decisões e atuar em situações imprevistas
<p>RP 3. Controlar o processo de armazenagem de bens e produtos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de armazenagem Fundamentais de métodos e procedimentos de receção e conferências de bens e produtos Fundamentais de procedimentos de controlo de entradas e saídas em armazém Fundamentais de princípios 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar princípios gerais de gestão de armazéns Aplicar procedimentos de receção e conferências de bens e produtos em armazém Aplicar procedimentos de expedição de mercadorias Aplicar normas de qualidade e ambiente Aplicar normas de saúde e segurança no trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação

	<p>gerais de expedição em armazém</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundamentais de métodos e procedimentos de expedição de mercadorias ▪ Fundamentais de normas de qualidade e ambiente ▪ Aprofundados de normas de saúde e segurança no trabalho ▪ Aprofundados de sistemas informáticos de gestão de <i>stocks</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar as funcionalidades do sistema informático de gestão de <i>stocks</i> 	
--	--	---	--

6. RECURSOS EXTERNOS:

Regulamentos e normativos relativos à gestão de armazéns e gestão de *stocks*. Plano de encomendas. Indicadores de gestão de *stocks*. *Layout* do armazém. Procedimentos gerais e internos de receção, acondicionamento e expedição de bens e produtos. Normas para bens e produtos específicos. Normas de qualidade e ambiente. Normas de segurança e saúde no trabalho. Manuais de procedimentos e instruções dos equipamentos de armazenagem e manuseamento de mercadorias. Sistema informático de gestão de *stocks*. Documentos de boas práticas na gestão de armazéns.

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 11
CONTROLAR O PROCESSO DE GESTÃO DAS ENCOMENDAS

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Controlar o processo de gestão das encomendas

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

- Nuclear
 Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Efetuar a proposta de encomenda	CD 1.1. Considerando os fatores chave no processo de encomendas (procura; custos; variações sazonais; etc.)
	CD 1.2. Recorrendo a análise estatística dos resultados da gestão de <i>stocks</i>
	CD 1.3. Considerando os <i>stocks</i> mínimos por produto de acordo com os prazos de entrega dos fornecedores e rotação de <i>stocks</i>
RP2. Selecionar fornecedores de acordo com os critérios definidos	CD 2.1. Considerando padrões e indicadores de desempenho de sistemas de gestão aplicáveis (qualidade, ambiente, segurança, etc.) ao tipo de bens/produtos a adquirir
	CD 2.2. Considerando as variáveis chave relativas ao processo de compra (custo, prazo de entrega, condições de pagamento, etc.)
	CD 2.3. Recorrendo a plataformas de compras e outros bases de dados de fornecedores e prestadores de serviços
	CD 2.4. Classificando os fornecedores e prestadores de serviços com recurso a ferramentas de avaliação
RP3. Efetuar e monitorizar as encomendas	CD 3.1. Considerando os fatores chave do sistema de encomendas e de reposição de <i>stocks</i>
	CD 3.2. Recorrendo a métodos de colocação de encomendas (telefone, vendedor, aplicações, internet, <i>email</i> , etc.)
	CD 3.3. Considerando os indicadores de qualidade definidos para o processo de compras
	CD 3.4. Considerando o circuito da encomenda (disponibilidade; prazo de entrega; existência de ficha de cliente; sistemas de verificação)
	CD 3.5. Recorrendo a mecanismos de monitorização e controlo dos indicadores de desempenho estabelecidos

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Encomenda realizada. Fornecedores e outros prestadores de serviço selecionados. Encomenda concretizada e acompanhada.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Efetuar a proposta de encomenda	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de sistemas de encomendas Fundamentais de gestão de compras Fundamentais das variáveis chave das encomendas Fundamentais de aspetos jurídicos das compras 	<ul style="list-style-type: none"> Analisar orientações relativas ao processo de encomendas Identificar as variáveis chave do processo de compras Aplicar procedimentos para a encomenda de bens e produtos 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação Demonstrar capacidade de trabalhar com orientação para objetivos e prazos
RP2. Selecionar fornecedores de acordo com os critérios definidos	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de sistema de seleção de fornecedores Aprofundados de tipologia de fornecedores e prestadores de serviços Fundamentais dos princípios e requisitos da qualidade aplicados à seleção de fornecedores Fundamentais de técnicas de classificação de fornecedores e outros prestadores de serviços Sistemas informático de gestão de compras 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os fatores críticos de seleção de fornecedores Aplicar técnicas e instrumentos de classificação de fornecedores Aplicar princípios e requisitos da qualidade à seleção de fornecedores Selecionar e utilizar as funcionalidades de plataformas de compras Utilizar as funcionalidades do sistema informático de gestão de compras 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação Demonstrar capacidade de trabalhar com orientação para objetivos e prazos Demonstrar capacidade de comunicar com diferentes interlocutores em contextos diferenciados Demonstrar facilidade de relacionamento interpessoal Demonstrar capacidade de gerir conflitos Demonstrar capacidade de gestão de racional dos recursos
RP3. Efetuar e monitorizar as encomendas	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentais de sistemas de compras e processos de controlo Aprofundados de procedimentos de monitorização e controlo das encomendas Aprofundados do circuito da encomenda Fundamentais de ferramentas de monitorização e controlo das encomendas Fundamentais de plataformas eletrónicas de compras Aprofundados do sistema informático de gestão de compras 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar procedimentos de monitorização e controlo das encomendas Selecionar e utilizar as funcionalidades das plataformas eletrónicas de compras Utilizar as funcionalidades do sistema informático de gestão de compras 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrar capacidade de planeamento, organização e avaliação Demonstrar capacidade de trabalhar com orientação para objetivos e prazos Demonstrar capacidade de tomar decisões em situações imprevistas Demonstrar capacidade de gestão de racional dos recursos

6. RECURSOS EXTERNOS:

Normas e regulamentos gerais e internos para o processo de encomendas. Normas e requisitos da qualidade. Ferramentas de apoio à tomada de decisão. Ferramentas de classificação de fornecedores. Sistema informático de gestão de encomendas.

BOLSA
UFCD OPCIONAIS (NÃO NUCLEARES)

FICHA DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA 13

RECEBER E TRATAR RECLAMAÇÕES DE CLIENTES ATRAVÉS DE MEIOS INTERATIVOS OU DIGITAIS

1. UNIDADE DE COMPETÊNCIA: Receber e tratar reclamações de clientes/consumidores através de meios interativos ou digitais

2. TIPO DE UNIDADE DE COMPETÊNCIA:

Nuclear

Bolsa

3. REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS E CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Esta Unidade de Competência contempla as seguintes realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CRITÉRIOS DE DESEMPENHO
RP1. Atender a solicitação do cliente e analisar a situação de partida	CD 1.1. Respeitando o protocolo para o atendimento telefónico
	CD 1.2. Demonstrando disponibilidade para a escuta e atenção perante as solicitações do cliente
	CD 1.3. Reformulando os fatores reportados e questionando o cliente para obter mais informações relativamente à situação
	CD 1.4. Consultando informação relativa ao cliente, produto/serviço, no sistema de informação
	CD 1.5. Avaliando os fatos e a situação de reclamação e decidindo acerca de tratar ou encaminhar superiormente
	CD 1.6. Registando os dados no sistema de informação de acordo com os procedimentos definidos
RP2. Gerir reclamações do cliente em contexto de atendimento telefónico	CD 2.1. Respeitando os regulamentos e normas gerais internas para a receção, tratamento e encaminhamento de reclamações em contexto telefónico
	CD 2.2. Propondo hipóteses de soluções para a resolução do problema e obtendo a concordância do cliente (substituição, devolução, apoio técnico, etc.)
	CD 2.3. Informando o cliente dos próximos passos na resolução da situação
	CD 2.4. Demonstrando calma e controlo emocional perante situações de alteração emocional do cliente
	CD 2.5. Registando o serviço efetuado no sistema de informação de acordo com os procedimentos definidos
RP3. Responder a reclamações escritas relativamente a serviços ou produtos	CD 3.1. Respeitando as regras de comunicação escrita do canal utilizado (diapositivos móveis, email, chat, plataforma digital, rede sociais, etc.)
	CD 3.2. Consultando informação relativa ao cliente, produto/serviço, no sistema de informação
	CD 3.3. Avaliando os fatos e a situação de reclamação e decidindo acerca de responder ou encaminhar superiormente
	CD 3.4. Respeitando as orientações internas e os padrões de qualidade definidos (tempo de resposta, linguagem utilizada, argumentação, soluções propostas, etc.)
	CD 3.5. Registando os dados no sistema de informação de acordo com os procedimentos definidos

4. PRODUTOS/OUTPUTS:

Registo do serviço prestado no sistema informático.

5. RECURSOS INTERNOS

Conhecimentos, aptidões e atitudes a mobilizar nas realizações profissionais:

REALIZAÇÕES PROFISSIONAIS	CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
RP1. Atender a solicitação do cliente e analisar a situação de partida	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de gestão de reclamações • Fundamentais de regulamentos e normas para gestão de reclamações • Fundamentais de requisitos legais do comércio eletrónico • Fundamentais de código de boas práticas no comércio eletrónico • Aprofundados de comunicação assertiva • Aprofundados de técnicas de atendimento telefónico • Aprofundados de sistemas de informação do serviço ao cliente • Aprofundados de dispositivos móveis, plataformas digitais e outros <i>canais online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Descrever as funções de técnico de assistência ao cliente na gestão de meios interativos e digitais • Reconhecer a especificidade da comunicação comercial através de meios interativos e digitais • Identificar os fatores críticos da gestão de reclamações através de meios interativos e digitais • Identificar as fases da gestão de reclamações • Utilizar técnicas de comunicação assertiva • Utilizar técnicas de atendimento telefónico • Analisar normas e procedimentos relativos à gestão de reclamações através de meios interativos e digitais • Utilizar as funcionalidades dos sistemas de informação do serviço ao cliente • Utilizar as funcionalidades de comunicação e interação das plataformas digitais e outros <i>canais online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de escuta e disponibilidade perante as solicitações do cliente • Demonstrar capacidade de resiliência perante situações e interlocutores difíceis • Demonstrar capacidade de controlo emocional • Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial • Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade
RP2. Gerir reclamações do cliente em contexto de atendimento telefónico	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentais requisitos legais do comércio eletrónico • Aprofundados de gestão de reclamações através de meios interativos e digitais • Aprofundados de estratégias de gestão de reclamações através de meios interativos e digitais • Aprofundados de comunicação não-verbal • Fundamentais de controlo emocional • Aprofundados de fidelização de clientes • Fundamentais de <i>e-marketing</i> e <i>marketing</i> relacional • Aprofundados de sistema informático do serviço de apoio ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecionar e utilizar estratégias de gestão de reclamações • Aplicar regulamentos e normas de gestão de reclamações • Utilizar técnicas de comunicação assertiva • Aplicar estratégias de controlo emocional • Aplicar estratégias de fidelização de clientes • Utilizar as funcionalidades do sistema informático do serviço de apoio ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de agir de acordo com as orientações superiores e no quadro da responsabilidade definida • Demonstrar capacidade de escuta e disponibilidade perante as solicitações do cliente • Demonstrar capacidade de resiliência perante situações e interlocutores difíceis • Demonstrar capacidade de controlo emocional • Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial • Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade

<p>RP3. Responder a reclamações escritas relativamente a serviços ou produtos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundados de comunicação comercial escrita através de meios interativos e digitais • Aprofundados de regras de comunicação escrita através dispositivos móveis, plataformas digitais e outros <i>canais online</i> (sms, <i>email</i>, <i>chat</i>, redes sociais, outra) • Fundamentais de <i>e-marketing</i> e social <i>marketing</i> • Aprofundados de fidelização de cliente • Aprofundados de sistemas de informação do serviço de apoio ao cliente • Aprofundados de dispositivos móveis, plataformas digitais e outros <i>canais online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer da relevância da gestão de reclamações para a gestão da imagem da empresa • Selecionar e aplicar regras de comunicação escrita em canais interativos (sms, <i>email</i>, <i>chat</i>, redes sociais, outra). • Aplicar normas e procedimentos relativos à gestão de reclamações escritas, dispositivos móveis, plataformas digitais e outros <i>canais online</i> • Aplicar estratégias de fidelização de cliente • Aplicar estratégias de <i>e-marketing</i> • Utilizar as funcionalidades dos sistemas de informação do serviço ao cliente • Utilizar as funcionalidades de comunicação e interação das plataformas digitais e outros <i>canais online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar capacidade de adaptação a novas tecnologias de informação e comunicação • Demonstrar capacidade de observação e atenção a detalhes • Agir em conformidade com as normas de conduta da comunicação comercial • Agir em conformidade com as normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade
--	---	---	--

6. RECURSOS EXTERNOS:

Legislação e normas gerais e internas relativamente a reclamações. Legislação e normas gerais e internas relativamente a comércio eletrónico e em geral relativamente ao serviço prestado/produto comercializado. Documentação de boas práticas na gestão de reclamações no comércio a distância. Sistema de informação de apoio cliente. Meios de comunicação: telefone e sistema de informação e comunicação da entidade. Plataformas digitais e *canais online* da empresa (sítio na internet; blogue; redes sociais; etc.).