

Ocupacions i llocs de treball tipus identificats

Dissenyador/a de projectes de marxandatge visual assistit per ordinador

Dissenyador/a d'espais comercials

Especialista en accions comercials

Expert en Marxandatge Visual

Expert/a en marxandatge visual

Visual Merchandiser

Competències tècniques

Realitzacions professionals

RP 1 Determinar les línies d'actuació per a l'execució de les campanyes promocionals d'acord amb els objectius establerts.

- CR1.1 Les accions de marxandatge i/o màrqueting directe adequades al tipus de promoció decidida per l'organització/establiment en el pla de màrqueting s'identifiquen i organitzen aplicant els procediments establerts.
- CR1.2 La campanya promocional s'organitza de forma estructurada i programada ajustant les actuacions i/o promocions en temps i forma als plans establerts, utilitzant, en el seu cas, aplicacions informàtiques per a la gestió de projectes/tasques.
- CR1.3 El tipus de promoció en el punt de venda s'estableix en funció de les necessitats i possibilitats de l'establiment i del pressupost promocional, atenent les característiques del producte, públic objectiu i aplicant criteris de rendibilitat.
- CR1.4 El tipus de promoció de l'establiment s'adapta, en funció de les accions que s'estan implantant els establiments de l'entorn i de les noves tendències promocionals.
- CR1.5 La conveniència de rendibilitzar una prestatgeria, una zona o algunes amb articles en promoció es proposa, com a mesura de retroalimentació del pla de màrqueting.
- CR1.6 La forma -tipus de lletra, color, mida- i el contingut del missatge promocional, es determina en funció de l'objectiu que es pretén assolir d'acord amb el pla de

ventes o promoció.

RP 2 Implantar les accions promocionals definides pels responsables del propi establiment comercial o per qualsevol dels proveïdors/fabricants de productes aplicant les tècniques de marxandatge adequades.

- CR2.1 Els materials i/o suports comercials -expositors, cartells, displays, màquines expenedores, rètols lluminosos, personal de degustació, stoppers- se seleccionen tenint en compte les seves característiques, tipus de promoció i efectes que suposen en el consumidor.
- CR2.2 L'emplaçament adequat del suport promocional es determina tenint en compte els efectes psicològics que produeixen en el consumidor, en condicions de seguretat, higiene i prevenció de riscos.
- CR2.3 Les promocions dels productes s'ubicaran a prop d'aquells llocs de més pas pels consumidors, o en aquells llocs on el pas del client sigui obligatori com, per exemple, l'accés d'entrada a l'establiment.
- CR2.4 Les il·les precises es col·loquen seguint criteris per atreure l'atenció del client sobre els productes en oferta i promoció.
- CR2.5 Les àrees de base necessàries se situen de manera que forcin el recorregut del comprador/usuari per gran part de l'establiment.
- CR2.6 Els indicadors visuals precisos es col·loquen de manera que assenyalin al client on es troben les àrees promocionals.
- CR2.7 Durant el desenvolupament de la campanya promocional, en la relació amb el client/usuari s'apliquen els següents criteris:
 - La manipulació i informació del producte/servei està d'acord amb les característiques d'aquest.
 - El comportament cap al client és amable i assertiu, transmetent la informació de forma clara i precisa.
- CR2.8 Les accions de promoció on line:
 - cercadors, banners, enllaços, llocs web promocionals, ús del correu

electrònic per a clients entre d'altres, es defineixen d'acord a les possibilitats del comerç electrònic i internet respectant la normativa de publicitat on line.

RP 3 Gestionar la selecció i formació del personal de promoció necessari per al desenvolupament de la campanya promocional, d'acord amb les especificacions definides.

- CR3.1 El perfil del personal necessari en el desenvolupament de demostracions, degustacions i, en general, d'animació del punt de venda, es defineix d'acord amb els tipus d'accions promocionals i el pressupost disponible.
- CR3.2 El personal encarregat de realitzar la promoció és format adequadament en les característiques del producte i/o servei corresponent, tipus de client i l'actitud a adoptar en l'atenció/informació el client durant la promoció.
- CR3.3 Les instruccions de l'acció promocional es transmeten al personal corresponent de manera clara i precisa i d'acord a la normativa de seguretat i prevenció de riscos laborals.
- CR3.4 Les accions de formació al personal de les promocions es realitza d'acord a les tècniques de lideratge i treball en equip.

RP 4 Controlar l'eficiència de les accions promocionals establint mesures per optimitzar la gestió de l'activitat i assolir els objectius previstos en el pla de màrqueting.

- CR4.1 Els procediments de control s'estableixen de manera que permetin detectar amb rapidesa desviacions en els objectius definits.
- CR4.2 Les proporcions de control de la promoció o campanya promocional es calculen obtenint informació sobre la rendibilitat que ha suposat l'execució de la campanya promocional, utilitzant, en el seu cas, fulls de càlcul.
- CR4.3 Les desviacions es detecten en el moment adequat, comparant els resultats amb els objectius perseguits per l'acció promocional en relació, per exemple, al volum de vendes i clients assolits i definint les mesures eficaces de correcció a adoptar.
- CR4.4 Les solucions adoptades s'apliquen d'acord amb la responsabilitat assignada, quan es detecta qualsevol anomalia/desviació en l'execució de la campanya promocional.

Competències clau

Competències emocionals

Innovació

- Roman informat sobre les noves tendències i innovacions.

Lideratge lateral

- Es fa responsable del treball del seu equip, tant de l'èxit com del fracàs.

Orientació al servei

- Assumeix el punt de vista dels usuaris o clients externs / interns.

Comprensió organitzacional

- Preveu la manera en què nous esdeveniments o situacions afectaran les persones i els grups de l'organització.

Gestió de recursos

- És capaç de planificar recursos amplis i de generar nous procediments per a realitzar la gestió.

Orientació a l'assoliment

- Fixa objectius reptadors assumint riscos controlats.

Resolució de problemes

- S'assegura d'eliminar les causes d'un problema perquè no torni a ocórrer.

Planificació i organització del treball

- Sap administrar simultàniament diversos projectes dins de l'àrea de treball.

Competències cognitives

Pensament sistèmic

- Pren decisions tot tenint presents els diversos elements i les relacions que conformen l'estructura.

Raonament numèric

- Comprèn els conceptes matemàtics de les operacions i els operadors matemàtics que ha de fer servir a la seva feina.

Raonament abstracte

- Pot assumir una tasca complexa tot descomponent-la en parts més manejables. Identifica els patrons d'una seqüència lògica i té els recursos per completar la seqüència.

Raonament conceptual

- Identifica les claus d'una situació complexa en el desenvolupament de les seves funcions.

Raonament espacial

- És capaç d'imaginar, interpretar i dissenyar patrons, esquemes, circuits, objectes.

Raonament verbal

- Sap comunicar-se de manera efectiva per coordinar operacions entre diversos membres de l'equip.

Raonament sintètic

- Recopila idees i les relaciona per dissenyar nous plans d'actuació.

Context Professional

Informació

Bibliografia comercial.

Videos i documentació electrònica comercial.

Informació provinent de fires, cursos, congressos, jornades, visites a establiments diversos tant nacionals com estrangers, normes de seguretat, higiene i prevenció de riscos laborals, informes de vendes per seccions.

Informes sobre seguiment de vendes promocionals, informes d'altres vendes possibles - vendes de capçaleres de gòndola, espais destacats en una prestatgeria, prestacions especials en una superfícies de venda, aparador, carros, entre d'altres.

Mitjans de Producció

Equips: ordinadors personals en xarxa connectats a internet.

Equipament informàtic de control i seguiment del procés de compra dels clients.

Programes en entorn d'usuari: navegadors, fulls de càlcul, bases de dades, processadors de textos, aplicacions per a la gestió de projectes, aplicacions de disseny gràfic i autoedició de fullets.

Estris i equips per a la preparació de lineals.

Elements de publicitat al lloc de venda propis de l'establiment comercial o del fabricant, tals com displays, expositors, rètols lluminosos, àrees de base, indicadors visuals o d'altres.

Productes-Resultats

Implantació d'acció promocional.

Control de l'eficiència de l'acció promocional.

Selecció i formació del personal que desenvolupa la campanya promocional.

Ubicació en el Catàleg de Qualificacions Professionals de Catalunya

Qualificacions vinculades

2158 Impantació i animació d'espais comercials. Nivell: 3

Mòduls formatius associats

205031111 Marxandatge visual estratègic. Nivell: 3