

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO FORMATIVO

MÓDULO FORMATIVO	ASESORAMIENTO Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA IMAGEN PERSONAL. (Transversal)	Duración	60
Código	MF0352_2		
Familia profesional	Imagen personal		
Área profesional	Peluquería		
Certificado de profesionalidad	Peluquería	Nivel	2
Resto de formación para completar el certificado de profesionalidad	Análisis del cuero cabelludo y cabello, protocolos de trabajos técnicos y cuidados capilares estéticos.	Duración	90
	Higiene y asepsia aplicadas a peluquería. (Transversal)		40
	Cambios de forma temporal en el cabello		90
	Aplicación de pelucas, postizos y extensiones		30
	Color en peluquería (Transversal)		90
	Corte del cabello (Transversal)		90
	Cuidado de barba y bigote (Transversal)		30
	Cambios de forma permanente del cabello		70
	Prácticas profesionales no laborales de Peluquería		120

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Este módulo formativo se corresponde con la unidad de competencia: UC0352_2: ASESORAR Y VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA IMAGEN PERSONAL.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación

- C1: Programar la actuación en la venta a partir de los objetivos y el posicionamiento de las diferentes empresas de Imagen Personal.
- CE1.1 Describir las características y la estructura de un argumentario técnico de ventas, precisando su función.
- CE1.2 A partir de información convenientemente detallada sobre objetivos de venta, características de la empresa, de los productos y de la competencia, elaborar una programación de la acción de venta propia, utilizando:
- Líneas y márgenes de actuación para la consecución de objetivos.
 - Argumentario de ventas.
 - Clasificación de clientes.
 - Actualización de la información de la cartera de clientes.
 - Análisis de las operaciones de venta realizadas.
- CE1.3 En un supuesto práctico que recoja las características más importantes de una empresa: tipo de clientela, tipo de servicios, productos, otros aspectos de interés; programar los objetivos de venta de la empresa.
- C2: Aplicar las técnicas adecuadas a la promoción y venta de productos y servicios para Imagen Personal.
- CE2.1 Describir y explicar las técnicas básicas de fidelización, analizando los elementos racionales y emocionales que intervienen.
- CE2.2 Describir las cualidades que debe poseer y las actitudes que debe desarrollar un vendedor en las relaciones comerciales ya sea para venta presencial como no presencial.
- CE2.3 Identificar las variables que intervienen en la conducta del cliente y las motivaciones de compra tanto en los productos como en los servicios.
- CE2.4 Definir los objetivos que generalmente se persiguen en las acciones promocionales realizan en las empresas de servicios estéticos e identificar y describir los distintos medios promocionales que se utilizan.
- CE2.5 Estimar situaciones susceptibles de introducir una acción promocional y definir las principales técnicas psicológicas que se aplican.
- CE2.6 Describir la influencia del conocimiento de las características del producto o servicio en la venta.
- CE2.7 Especificar formas de provocar distintas ventas adicionales, sustitutivas y/o complementarias.
- CE2.8 A partir de la caracterización de un producto, un supuesto grupo de clientes y empleando, en su caso, las aplicaciones informáticas y las demostraciones prácticas adecuadas, realizar la presentación del producto o servicio.
- CE2.9 En la simulación de una entrevista con supuesto cliente, de un producto y un servicio estético.
- Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de demandas, realizando las preguntas oportunas, utilizando, en su caso, la información suministrada a través de las herramientas informáticas de gestión de clientes.

- Describir con claridad las características del producto y servicio destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente y utilizando, en su caso, la información suministrada por la herramienta de ayuda al punto de venta manuales, ayudas electrónicas, así como realizar las demostraciones oportunas.
- Mantener una actitud que facilite la decisión de compra.
- Rebatir adecuadamente las objeciones en función del tipo de cliente y del canal empleado.
- Evaluar críticamente la actuación desarrollada.

CE2.10 En la simulación de una entrevista con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:

- Describir los criterios comerciales para decidir la inclusión de un cliente en el plan de fidelización.
- Determinar las áreas de actuación dentro de su responsabilidad que singularizan la relación.
- Aplicar las técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente.
- Aplicar las técnicas para potenciar el recuerdo y el vínculo del cliente.

C3: Confeccionar los documentos básicos derivados de la actividad de la venta de productos y servicios estéticos aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos.

CE3.1 Identificar la documentación básica vinculada a las operaciones habituales de prestación de servicios estéticos o venta de productos.

CE3.2 Identificar la normativa aplicada a la venta de productos y servicios estéticos.

CE3.3 Dada la caracterización de un producto o servicio, un objetivo comercial y unas condiciones de venta base prefijadas, elaborar la documentación básica utilizando en su caso, la información obtenida de la relación con el cliente.

C4: Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa en Imagen Personal.

CE4.1 Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y post venta del servicio post-venta.

CE4.2 A partir de información convenientemente detallada sobre el sistema de seguimiento de clientes y procedimiento de control del servicio post-venta de una empresa, describir el procedimiento a seguir desde el momento en que se tiene constancia de una incidencia en el proceso, identificando:

- Las claves que la han provocado.
- El ámbito de responsabilidad.
- Actuación acorde al sistema aplicando los criterios establecidos garantizando la idoneidad del servicio e incorporando, en su caso, la información obtenida en la herramienta informática de gestión de post-venta.

CE4.3 A partir de un supuesto de fidelización de clientes, con unas características establecidas, por distintos canales de comunicación y utilizando, en su caso, un programa informático, elaborar los escritos adecuados a cada situación –onomástica, navidad, agradecimiento de forma clara y concisa en función de su finalidad y del canal que se emplee –correo electrónico, correo postal, teléfono, mensajes móviles y otros.

C5: Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo los criterios y los procedimientos establecidos.

CE5.1 Identificar las técnicas para prever conflictos.

CE5.2 Identificar la naturaleza de los conflictos y reclamaciones.

CE5.3 Describir las técnicas que se utilizan para afrontar las quejas y reclamaciones de los clientes.

CE5.4 Identificar la documentación que se utiliza para recoger una reclamación y definir la información que debe contener.

CE5.5 En la simulación de una entrevista con un cliente, convenientemente caracterizada y establecida para atender determinados aspectos de una reclamación:

- Elaborar un plan de actuación en el que se establezcan las fases que se deben seguir.
- Aplicar técnicas de comportamiento asertivo, resolutivo y positivo.
- Complimentar correctamente la documentación requerida a través del correspondiente formulario, on line u off line.
- Confeccionar un informe con los datos de la reclamación y quejas, introduciendo, en su caso, esta información en la herramienta informática de gestión de reclamaciones.

Contenidos

1. Marketing en el mercado de la imagen personal.

- Diferencia entre productos y servicios estéticos.
- Propiedades de los productos cosméticos.
- Naturaleza de los servicios.
- La servucción o proceso de creación de un servicio.

2. El representante comercial o asesor técnico.

- Características, funciones, actitudes y conocimientos.
- Cualidades que debe de reunir un buen vendedor/asesor técnico.
- Las relaciones con los clientes.
- Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un representante.

3. Atención al cliente.

- El cliente como centro del negocio.
- Tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio.

- La atención personalizada.
- Las necesidades y los gustos del cliente.
- Motivación, frustración y los mecanismos de defensa.
- Los criterios de satisfacción.
- Las objeciones de los clientes y su tratamiento.
- Fidelización de clientes.

4. Organización y gestión de la venta.

- La información como base de la venta.
- Manejo de las herramientas informáticas de gestión de la relación con el cliente
- Documentación básica vinculada a la prestación de servicios y venta de productos estéticos.
- Normativa vigente.

5. Promoción y venta de productos y servicios de imagen personal.

- Etapas y técnicas de venta.
- Factores determinantes del merchandising promocional.
- La venta cruzada.
- Argumentación comercial.
- Presentación y demostración de un producto y/o servicio. Puntos que se deben destacar.
- Utilización de técnicas de comunicación en la venta de productos y servicios estéticos.
- Seguimiento y post venta
- Seguimiento comercial.
- Procedimientos utilizados en la post venta.
- Post venta: análisis de la información.
- Servicio de asistencia post venta.
- Análisis de la calidad de los servicios cosméticos.

6. Resolución de reclamaciones.

- Procedimiento de recogida de las reclamaciones / quejas presenciales y no presenciales.
- Elementos formales que contextualizar la reclamación.
- Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
- Técnicas utilizadas en la resolución de reclamaciones.
- Utilización de herramientas informáticas de gestión de relación con clientes.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 2.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 1 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado medio o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado medio
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad: Peluquería.