



**Ministério da Promoção de
Investimentos e Fomento
Empresarial**

Unidade de Coordenação do Sistema Nacional de Qualificações



**S I S T E M A
N A C I O N A L
D E Q U A L I F I C A Ç Õ E S**

Qualificação Profissional

OPERAÇÃO DE ATENDIMENTO E VENDAS

COM006_3

Família Profissional

COMÉRCIO, TRANSPORTE E LOGÍSTICA

Siglas e Acrônimos

BO	Boletim Oficial
CA	Critérios de Avaliação
CAP	Certificado de Aptidão Profissional
CD	Critérios de Desempenho
CNQ	Catálogo Nacional de Qualificações
CRM	Customer Relationship Management (Gestão de Relacionamento com Clientes)
CTS	Comité Técnico Setorial
EC	Elemento de Competência
MF	Módulo Formativo
MT	Módulo em Contexto Real de Trabalho
POS	Point of Sale (Ponto de Venda)
RA	Resultados de Aprendizagem
SNQ	Sistema Nacional de Qualificações

ÍNDICE

PERFIL PROFISSIONAL	4
UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)	6
UC1: Atender e fornecer informações ao cliente/utente. (UC435_3)	6
UC2: Negociar e efetuar vendas de produtos e serviços. (UC436_3).....	8
UC3: Realizar operações de tesouraria. (UC437_3)	Erro! Marcador não definido.
UC4: Assegurar o serviço pós-venda e a fidelização de clientes/utentes. (UC438_3)	Erro! Marcador não definido.
 PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	15
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	16
MF1: ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO AO CLIENTE/UTENTE (140 h) (MF435_3).....	16
MF2: VENDAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS (160 h) (MF436_3).....	27
MF4: SERVIÇO PÓS-VENDA E FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE (90h) (MF438_3)	Erro! Marcador não definido.
 MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO	30

PERFIL PROFISSIONAL

COM006_3

OPERAÇÃO DE ATENDIMENTO E VENDAS

PERFIL PROFISSIONAL			
Código	COM006_3	Denominação	Operação de Atendimento e Vendas
Nível	3	Família Profissional	Comércio, Transporte e Logística
COMPETÊNCIA GERAL	Executar e monitorizar as operações de atendimento e venda de produtos e serviços nos pontos de venda, assegurando a qualidade dos bens e serviços e a satisfação dos clientes/utentes, de acordo com as normas e procedimentos da organização.		
UNIDADES DE COMPETÊNCIA		Denominação	Código
	UC1	Atender e fornecer informações ao cliente/utente.	UC435_3
	UC2	Negociar e efetuar vendas de produtos e serviços.	UC436_3
	UC3	Realizar operações de tesouraria.	UC437_3
	UC4	Assegurar o serviço pós-venda e a fidelização de clientes/utentes.	UC438_3
AMBIENTE PROFISSIONAL	Âmbito profissional: O profissional é responsável por estabelecer e manter o contato direto com o público, tendo por objetivo promover, apresentar e comercializar produtos e serviços. A atuação ocorre em diferentes canais de venda/contextos comerciais (presenciais e digitais), garantindo a excelência do atendimento e a fidelização dos clientes/utentes.		
	Sectores: • Comércio a retalho e por grosso (alimentar e não alimentar). • Serviços de atendimento ao público; Turismo, hotelaria e restauração. • Banca e serviços financeiros. • Telecomunicações e tecnologias de informação; Empresas de prestação de serviços e distribuição. • Plataformas de comércio eletrónico e vendas <i>online</i>.		

PERFIL PROFISSIONAL	
	Ocupações e postos de trabalho relacionados: De acordo com a Classificação Nacional das Profissões de Cabo Verde (2010), o/a profissional pode exercer funções em ocupações como: • 522 Vendedor (a) (Código); • 5223 Vendedor em Loja (Estabelecimentos) Sugestões: • Atendedor de loja ou balcão. • Promotor(a) de vendas. • Operador(a) de <i>call center</i>. • Assistente comercial. • Representante de vendas. • Caixa de estabelecimento comercial. • Agente de atendimento ao cliente/utente presencial ou digital.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC1: Atender e fornecer informações ao cliente/utente

Código: UC435_3

Nível: 3

Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC 1: Acolher os clientes/utentes de modo cordial, respeitando as normas de comunicação da organização.

- CD 1.1. O cliente/utente é cumprimentado de modo cordial e imediato, seguindo os procedimentos internos de acolhimento.
- CD 1.2. A linguagem verbal e não-verbal é adaptada ao perfil do cliente/utente, transmitindo profissionalismo e simpatia, respeitando as normas de comunicação e etiqueta da organização.
- CD 1.3. O contacto inicial é registado nos sistemas internos, garantindo rastreabilidade, seguindo os procedimentos internos.
- CD 1.4. As normas internas de comunicação e etiqueta são aplicadas, garantindo alinhamento com a imagem institucional da organização.
- CD 1.5. A receção ao cliente/utente é realizada com postura segura e colaborativa, favorecendo a satisfação e o vínculo comercial, de acordo com as normas institucionais.

EC 2: Atender os clientes/utentes, identificando as suas necessidades e expectativas, através de escuta ativa, seguindo as normas internas.

- CD 2.1. O contacto visual e a postura profissional são mantidos durante toda a interação, demonstrando atenção e respeito pelo cliente/utente.
- CD 2.2. As perguntas esclarecedoras ao cliente/utente são efetuadas, quando necessário, garantindo a compreensão das suas necessidades.
- CD 2.3. As informações fornecidas pelo cliente/utente são registadas de modo claro e completo nos sistemas internos, respeitando normas de confidencialidade.
- CD 2.4. A escuta ativa é aplicada com empatia, sem interrupções, assegurando o acolhimento das necessidades.
- CD 2.5. As respostas ou soluções fornecidas são consistentes com as necessidades identificadas, assegurando eficácia no atendimento.

EC 3: Registrar e gerir informação do cliente/utente garantindo comunicação clara, precisão dos dados e confidencialidade em todos os canais de atendimento.

- CD 3.1. Os dados recolhidos são registados de modo completo nos sistemas internos, seguindo os procedimentos internos.
- CD 3.2. A confidencialidade das informações é rigorosamente mantida, de acordo com as normas legais e internas da organização.
- CD 3.3. Os registos são organizados, permitindo fácil consulta futura e acompanhamento do cliente/utente.
- CD 3.4. A consistência e a precisão dos dados são verificadas, antes da finalização do registo, de acordo com as normas da organização.
- CD 3.5. As informações registadas são utilizadas para otimizar o atendimento e as estratégias de relacionamento com o cliente/utente.

EC 4: Descrever as características, vantagens e benefícios dos produtos e serviços, utilizando materiais e plataformas de apoio à informação, garantindo a compreensão do cliente/utente.

- CD 4.1. As características dos produtos/serviços são apresentadas de modo claro, objetivo e completo.

- CD 4.3. As técnicas de comunicação verbal e não-verbal são aplicadas conforme o perfil do cliente/utente.
- CD 4.4. Os exemplos ou as comparações são utilizados, quando pertinentes, para facilitar a compreensão.
- CD 4.5. A compreensão do cliente/utente é verificada antes de avançar com o atendimento.
- CD 4.6 Os materiais de apoio (catálogos, folhetos, plataformas digitais) são atualizados, de acordo com os padrões da organização.
- CD 4.7 Os materiais são apresentados de modo organizado e acessível ao cliente/utente.
- CD 4.8 Os recursos digitais são utilizados para esclarecer dúvidas ou complementar a informação.

EC 5: Registrar informações relevantes do cliente/utente em sistemas internos, garantindo a rastreabilidade e a confidencialidade.

- CD 5.1. Os dados são registados de modo completo, estruturado e acessível para futuras consultas.
- CD 5.2. A confidencialidade das informações é rigorosamente mantida, de acordo com as normas legais e internas.
- CD 5.3. A consistência e a precisão dos dados são verificadas antes da finalização do registo.
- CD 5.4. As informações registadas são utilizadas para melhorar o relacionamento e o atendimento ao cliente/utente.

Contexto Profissional

Meios de produção

Postos de atendimento físico (balcão, loja, *front office*); equipamentos informáticos e telemáticos (computador, *tablet*, telemóvel, *headset*); plataformas de atendimento multicanal (telefone, *e-mail*, *chat* online, redes sociais, CRM); sistemas de gestão de clientes/utentes e vendas (bases de dados, *software* de faturação, POS); manuais de procedimentos, guias de atendimento e scripts de comunicação; material promocional e informativo (catálogos, brochuras, listas de preços, *displays*).

Produtos e resultados

Atendimento eficaz e cordial; necessidades do cliente/utente identificadas; informações claras sobre produtos/serviços; imagem positiva da organização reforçada; satisfação e fidelização do cliente/utente promovidas.

Informação Utilizada ou Gerada:

Dados de identificação e histórico do cliente/utente; fichas técnicas e catálogos; registos de atendimento; ferramentas de CRM; políticas de comunicação e atendimento.

UC2: Negociar e efetuar vendas de produtos e serviços

Código: UC436_3

Nível: 3

Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC 1: Apresentar propostas de venda em conformidade com as políticas comerciais estabelecidas, para garantir a transparência no processo de negociação, seguindo as normas aplicáveis.

- CD 1.1. As propostas são elaboradas, segundo os procedimentos internos e políticas comerciais vigentes.
- CD 1.2. A apresentação dos produtos e serviços é realizada de modo claro, objetivo e ajustado ao perfil do cliente/utente, utilizando os meios necessários
- CD 1.3. Os elementos da proposta (preço, prazos, condições) são explicados de modo transparente.
- CD 1.4. A documentação da proposta é registada nos sistemas da organização, de acordo com as normas vigentes.
- CD 1.5. As normas éticas da organização e os limites de autoridade são respeitados durante o atendimento, garantindo a conformidade com os procedimentos estabelecidos.

EC 2: Conduzir o processo de negociação, aplicando técnicas de persuasão e respondendo a objeções ou contrapropostas com flexibilidade e profissionalismo, de modo a ajustar as condições de venda às necessidades do cliente/utente, mantendo sempre a credibilidade e respeitando os limites definidos pela organização

- CD 2.1. As necessidades e propostas apresentadas pelo cliente/utente são identificadas e acolhidas de acordo com os procedimentos internos.
- CD 2.2. As soluções e condições de venda são apresentadas de modo claro e convincente, fundamentadas em benefícios reais para o cliente/utente.
- CD 2.3. A negociação com o cliente/utente é realizada aplicando técnicas de persuasão de modo ético e profissional.
- CD 2.4. As necessidades e expectativas do cliente/utente são consideradas na adaptação das condições propostas.
- CD 2.5. As objeções e contrapropostas do cliente/utente são analisadas e respondidas de modo objetivo, respeitando os limites de atuação e as políticas da organização.
- CD 2.6. O resultado da negociação, incluindo objeções e contrapropostas, é registado com rigor e precisão nos sistemas internos, seguindo as normas definidas.

EC 3: Formalizar acordos comerciais através de registo nos sistemas da organização e emissão da documentação necessária, para assegurar a validade e o cumprimento das condições acordadas.

- CD 3.1. Os acordos são registados nos sistemas internos da organização, de acordo com os procedimentos estabelecidos.
- CD 3.2 Os documentos oficiais (contratos, faturas proforma, pedidos) são emitidos de acordo com as normas legais e internas.
- CD 3.3 A verificação da conformidade da documentação pelo cliente/utente é solicitada, antes da finalização do processo.
- CD.3.4 Os documentos são enviados por meios seguros e rastreáveis.

EC 4 – Executar a operação de venda, garantindo a exatidão e rastreabilidade das transações, seguindo as normas internas.

- CD 4.1 As vendas são registadas nos sistemas internos, incluindo produtos, quantidades e preços.
- CD 4.2 As transações são validadas antes da finalização, garantindo precisão e conformidade.
- CD 4.3 As normas internas são rigorosamente cumpridas na emissão e no arquivamento dos registos de venda.
- CD 4.4 Os erros ou divergências detetados são corrigidos imediatamente, segundo os procedimentos estabelecidos.
- CD 4.5 A rastreabilidade das transações realizadas é garantida, conforme os procedimentos internos e os sistemas de registo utilizados.

EC 5 Emitir documentos comerciais (faturas, recibos, comprovativos eletrónicos) de acordo com a legislação e as normas da organização, para assegurar a validade e legalidade da venda.

- CD 5.1 Os documentos são emitidos com base na legislação vigente e nas normas internas.
- CD 5.2 As informações contidas nos documentos são precisas e completas, refletindo fielmente a operação de venda.
- CD 5.3 Os documentos são entregues ao cliente/utente em formato preestabelecido, garantindo a transparência da transação.
- CD 5.4 As cópias ou registos eletrónicos são arquivados, conforme os procedimentos internos.

EC 6 Assegurar a confidencialidade e a segurança na gestão de dados e meios de pagamento, respeitando as normas legais e internas.

- CD 6.1 Os dados pessoais e financeiros do cliente/utente são tratados com confidencialidade e segurança.
- CD 6.2 As transações realizadas com cartões ou meios digitais são processadas pelo operador em sistemas seguros, garantindo a proteção dos dados do cliente/utente.
- CD 6.3 Os procedimentos de prevenção de fraude e de controlo de acesso são rigorosamente aplicados pelo operador, garantindo a segurança dos sistemas e o cumprimento das normas internas.
- CD 6.4 Os eventuais incidentes de segurança são reportados imediatamente à hierarquia competente.
- CD 6.5 A informação do cliente/utente é utilizada apenas para fins autorizados e legais.

Contexto Profissional

Meios de produção

Tabelas de preços, listas de produtos e sistemas de gestão comercial; *software* de CRM e plataformas de comunicação digital; documentos de apoio à negociação (propostas, contratos, fichas de cliente/utente); equipamentos informáticos e calculadora comercial.

Produtos e resultados

Propostas de venda apresentadas conforme políticas da organização; condições de venda acordadas de modo transparente e documentado; relacionamento comercial de confiança com o cliente/utente; registos atualizados das negociações realizadas.

Informação utilizada ou gerada

Políticas comerciais e limites de negociação definidos pela organização; dados financeiros e históricos de clientes/utentes; propostas e acordos comerciais formalizados; relatórios de negociação e indicadores de desempenho.

UC3: Realizar operações de tesouraria**Código: UC437_3****Nível: 3****Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)****EC 1: Receber pagamentos dos clientes/utentes em numerário, cheque, cartões ou meios digitais, de acordo com os procedimentos internos.**

- CD 1.1. Os pagamentos são processados conforme os procedimentos internos, garantindo exatidão e segurança.
- CD 1.2. A autenticidade dos meios de pagamento é verificada pelo operador antes da sua aceitação, garantindo segurança e conformidade com os procedimentos internos.
- CD 1.3. As eventuais divergências nos valores recebidos são identificadas e tratadas imediatamente.
- CD 1.4. O cliente/utente é informado sobre o valor recebido, modo de pagamento e emissão de comprovativos.
- CD 1.5. As medidas de segurança e confidencialidade são aplicadas de modo responsável pelo operador no tratamento dos pagamentos.

EC 2: Efetuar o registo e conferência dos valores recebidos em sistema próprio da organização.

- CD 2.1. Os valores recebidos são registados nos sistemas internos.
- CD 2.2. Os valores registados são verificados diariamente face aos valores recebidos, garantindo rigor e fiabilidade no controlo financeiro.
- CD 2.3. As divergências são reportadas e resolvidas, conforme os procedimentos internos.
- CD 2.4. As normas de confidencialidade e proteção de dados financeiros são seguidas.
- CD 2.5. O registo de cada transação financeira é efetuado, quando necessário, de modo a garantir a rastreabilidade integral e a consulta posterior.

EC 3: Controlar o fundo de caixa diariamente através da contagem e reconciliação de valores.

- CD 3.1. A contagem de caixa é realizada de modo preciso e sistemático.
- CD 3.2. Os valores contados são comparados com os registos internos para identificar inconsistências.
- CD 3.3. As divergências são documentadas e tratadas imediatamente conforme os procedimentos internos.
- CD 3.4. O numerário é tratado de modo seguro, seguindo os procedimentos definidos para prevenir perdas ou riscos durante a operação.
- CD 3.5. Os registos são efetuados pelo operador de modo claro e atualizado, permitindo o controlo interno e futuras auditorias.

EC 4: Elaborar relatórios de movimentos de tesouraria de acordo com os modelos definidos.

- CD 4.1. Os relatórios são preenchidos pelo operador com todos os registos das operações, conforme os procedimentos estabelecidos.
- CD 4.2. Os dados apresentados estão alinhados com os sistemas internos e documentos de suporte.
- CD 4.3. Os relatórios são elaborados dentro dos prazos estabelecidos.
- CD 4.4. As irregularidades identificadas são realçadas no relatório e comunicadas ao superior hierárquico.

CD 4.5. Os relatórios são arquivados conforme as normas internas de confidencialidade e segurança.

Contexto Profissional

Meios de produção

Caixas registradoras, terminais POS e *software* financeiro; mapas de controlo de caixa e relatórios de tesouraria; documentos de suporte a pagamentos e recebimentos; equipamentos de contagem e verificação de valores monetários.

Produtos e resultados

Movimentos de caixa registados com rigor e transparência; documentos financeiros processados e arquivados; saldos de caixa conciliados e reportados no final do turno; conformidade com normas contabilísticas e de segurança.

Informação utilizada ou gerada.

Procedimentos de abertura e fecho de caixa; registos de pagamentos e recebimentos; normas de segurança financeira e controlo interno; tabelas de preços e meios de pagamento aceites; relatórios de caixa diários; comprovativos de transações e depósitos; alertas e registos de irregularidades; dados para análise de tesouraria e controlo financeiro.

UC4: Assegurar o serviço pós-venda e a fidelização de clientes/utentes**Código: UC438_3****Nível: 3****Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)****EC 1: Acompanhar o pós-venda através de contactos presenciais, telefónicos ou digitais.**

- CD 1.1. Os contactos de pós-venda são realizados conforme os procedimentos internos, respeitando prazos e frequência definidos.
- CD 1.2. As informações recolhidas sobre a experiência do cliente/utente são registadas de modo organizado e completo.
- CD 1.3. As solicitações pós-venda são tratadas de modo célere e assertivo, assegurando a continuidade do serviço.
- CD 1.4. A comunicação pós-venda é efetuada em alinhamento com os valores da organização, fortalecendo o vínculo com o cliente/utente.
- CD 1.5. As interações realizadas estão alinhadas com os padrões da organização, promovendo a imagem corporativa e a fidelização do cliente/utente.
- CD 1.6. Os eventuais problemas identificados são reportados ou tratados em conformidade com os procedimentos.

EC 2: Tratar reclamações e sugestões dos clientes/utentes com empatia e profissionalismo.

- CD 2.1. As reclamações dos clientes/utentes são registadas de modo completo nos sistemas internos.
- CD 2.2. O tratamento de reclamações é realizado com postura empática e conduta profissional, assegurando o respeito pelo cliente/utente.
- CD 2.3. As soluções ou encaminhamentos são apresentados, de acordo com as políticas e limites definidos pela organização.
- CD 2.4. Os resultados das ações tomadas são comunicados ao cliente/utente de modo claro e transparente.
- CD 2.5. As informações relevantes sobre sugestões ou reclamações são analisadas para melhoria contínua do serviço.

EC 3: Manter atualizado o registo de informações dos clientes/utentes em bases de dados ou no Sistema de Relacionamentos com Clientes (CRM)

- CD 3.2. Os dados relevantes são registados nos sistemas internos.
- CD 3.3. A atualização é efetuada sistematicamente, garantindo a consistência das informações.
- CD 3.4. A confidencialidade dos dados é mantida, em conformidade com normas legais e internas.
- CD 3.5. As informações registadas são organizadas de modo claro e atualizado, permitindo a sua utilização em decisões estratégicas de *marketing* e relacionamento com o cliente/utente.
- CD 3.6. As eventuais alterações nos dados são verificadas e validadas antes de serem aplicadas.

Contexto Profissional

Meios de produção

Sistemas de CRM e bases de dados de clientes/utentes; ferramentas de comunicação digital e presencial; indicadores de satisfação e fidelização; manuais e políticas de relacionamento pós-venda.

Produtos e resultados

Relações duradouras e positivas com os clientes/utentes estabelecidas; reclamações tratadas e resolvidas eficazmente; planos de fidelização implementados; imagem institucional reforçada; aumento da retenção e da satisfação dos clientes/utentes.

Informação utilizada ou gerada.

Registos de histórico de clientes/utentes e preferências; procedimentos de acompanhamento e pós-venda; políticas de comunicação e fidelização; dados de desempenho e satisfação do cliente/utente; relatórios de acompanhamento e fidelização; registos de reclamações e soluções adotadas; indicadores de satisfação do cliente/utente; propostas de melhoria do serviço.

PROGRAMA FORMATIVO ASSOCIADO AO PERFIL PROFISSIONAL

COM006_3

OPERAÇÃO DE VENDAS E ATENDIMENTO

PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL			
Código: COM006_3		Denominação	Operação de atendimento e vendas
Nível: 3		Família Profissional	Comercio, transporte e logística
Duração indicativa		850 Horas	
Unidades de Competência	N.º	Denominação	Código
	1	Atender e fornecer informações ao cliente	UC435_3
	2	Negociar e efetuar vendas de produtos e serviços	UC436_3
	3	Realizar operações de tesouraria	UC437_3
	4	Assegurar o serviço pós-venda e a fidelização de clientes/utentes	UC438_3

MÓDULOS FORMATIVOS		
N.º	Denominação	Código
1	Atendimento e Comunicação ao cliente/utente (140 H)	MF435_3
2	Venda de produtos e serviços (160H)	MF436_3
3	Operações de tesouraria (100 H)	MF437_3
4	Serviço pós-venda e fidelização do cliente (90 H)	MF438_3
Módulo Formativo em Contexto Real de Trabalho (360 horas)		MT_COM006

MÓDULOS FORMATIVOS (MF)

MF1: Atendimento e Comunicação ao Cliente/Utente		
Código: MF435_3	Nível: 3	Duração Mínima: 140 Horas
Associado à UC435_3: Atender e fornecer informações ao cliente/utente		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1: Realizar o acolhimento do cliente/utente, assegurando uma receção cordial e profissional, de acordo com as normas de comunicação da organização.

- CA 1.1. Descrever as diferentes fases do processo de receção de cliente/utente numa organização, de acordo com as normas organizacionais.
- CA 1.2. Descrever a importância do acolhimento no funcionamento e na imagem institucional da organização.
- CA 1.3. Identificar os parâmetros de qualidade do serviço nos procedimentos de atendimento e comunicação para um cliente/utente em função do canal de comunicação usado (escuta ativa, empatia, amabilidade, linguagem compreensível, confiança, controlo de tempo ou outros).
- CA 1.4. Explicar as técnicas da comunicação não-verbal e os erros mais comuns na sua aplicação.
- CA 1.5. Identificar os diferentes tipos de clientes/utentes, reconhecendo as variáveis que influenciam o seu comportamento, bem como as suas necessidades, expectativas e motivações
- CA 1.6. Identificar corretamente a necessidade ou problema apresentado pelo cliente/utente.
- CA 1.7. Numa situação prática de acolhimento aos clientes/utentes, aplicando as normas internas de comunicação e etiqueta, garantindo o alinhamento com a imagem institucional:
 - Cumprimentar o cliente/utente de forma cordial e imediata com cortesia.
 - Adequar a linguagem verbal e não-verbal ao perfil do cliente/utente, respeitando as normas de comunicação e etiqueta da organização;
 - Identificar com precisão a informação solicitada e o objeto da visita ou consulta do cliente/utente;
 - Registrar o contacto inicial do cliente/utente nos sistemas internos, seguindo os procedimentos definidos;
 - Adotar uma postura segura e colaborativa no acolhimento, promovendo a satisfação e o vínculo comercial.

RA2: Atender o cliente/utente, identificando as necessidades e expectativas dos mesmos, recolhendo informação relevante através da escuta ativa e do questionamento adequado e seguindo as normas interna.

- CA 2.1. Explicar as técnicas de comunicação, presencial ou à distância, (articulação, entoação e expressão da voz), para melhorar a clareza e a qualidade da mensagem, através de diferentes canais de comunicação.
- CA 2.2. Explicar os métodos que são usados para avaliar a eficácia na prestação do serviço de atendimento ao cliente.
- CA 2.3. Numa situação prática de atendimento ao cliente/utente, presencial ou à distância, de acordo com as normas e diretrizes da organização:
 - Manter contacto visual e postura profissional durante a interação, demonstrando atenção e respeito pelo cliente/utente;
 - Ouvir atentamente e interpretar corretamente as objeções apresentadas;

- Elaborar perguntas pertinentes que permitam identificar necessidades, expectativas ou problemas do cliente/utente;
- Fornecer respostas ou soluções adequadas às necessidades identificadas, assegurando a eficácia do atendimento;
- Apresentar as características dos produtos e serviços de forma clara, objetiva e completa, de acordo com a oferta da organização;
- Utilizar materiais e plataformas de apoio à informação, de acordo com as orientações da organização.
- Utilizar exemplos ou comparações pertinentes, sempre que necessário, para facilitar a compreensão.
- Verificar a compreensão do cliente/utente, confirmando a clareza das informações transmitidas.

CA 2.4. Expressar com clareza e fluência apresentando as informações de forma organizada com precisão e cortesia;

RA3: Gerir a informação do cliente/utente, garantindo a precisão, a confidencialidade e a rastreabilidade dos dados, de acordo com os procedimentos da organização.

CA 3.1. Explicar as técnicas e normas básicas de confidencialidade e de segurança na gestão de dados de clientes/utentes.

CA 3.2. Explicar a importância da proteção de dados nos processos comerciais, demonstrando compreensão das implicações legais, éticas e operacionais para a organização e para o cliente/utente

CA 3.3. Descrever a importância do registo da informação no atendimento.

CA 3.4. Identificar os sistemas internos de registo e gestão de dados, e as suas aplicações.

CA 3.5. Numa situação prática de registo de informação do cliente/utente, utilizando sistema de registo conforme os procedimentos da organização:

- Guardar e verificar a consistência e a precisão dos dados recolhidos nos sistemas internos, seguindo os procedimentos da organização.
- Assegurar a confidencialidade das informações do cliente/utente, de acordo com as normas legais e internas.
- Organizar os registos efetuados, permitindo a consulta futura e o acompanhamento do cliente/utente.
- Utilizar as informações registadas para melhorar o atendimento e o relacionamento com o cliente/utente, de acordo com as orientações internas.
- Registrar as informações fornecidas pelo cliente/utente de forma clara e completa, respeitando as normas de confidencialidade;

RA4: Utilizar materiais e plataformas de apoio à informação, reforçando a compreensão da oferta pelo cliente/utente, conforme as orientações comerciais e institucionais.

CA 4.1 Identificar os materiais e plataformas de apoio à informação no serviço de atendimento aos clientes/utentes.

CA 4.2 Descrever a importância do uso dos materiais digitais no serviço de atendimento aos clientes/utentes.

CA 4.3 Identificar e selecionar os materiais de apoio atualizados (catálogos, folhetos, plataformas digitais), de acordo com as orientações da organização.

CA 4.4. Apresentar os materiais de apoio de forma organizada e acessível, facilitando a consulta pelo cliente/utente.

CA 4.5. Utilizar recursos digitais para esclarecer dúvidas ou complementar a informação, seguindo as orientações internas.

Conteúdos

1. Acolhimento e atendimento inicial ao cliente/utente

- 1.1. Conceito e importância do acolhimento no atendimento
- 1.2. Normas internas de comunicação e etiqueta
- 1.3. Postura profissional e imagem institucional
- 1.4. Linguagem verbal e não-verbal no atendimento
- 1.5. Procedimentos internos de receção ao cliente/utente
- 1.6. Registo do contacto inicial e rastreabilidade do atendimento

2. Identificação de necessidades e expectativas do cliente/utente

- 2.1. Escuta ativa: princípios e técnicas
- 2.2. Comunicação empática no atendimento
- 2.3. Técnicas de questionamento e esclarecimento
- 2.4. Análise das necessidades e expectativas do cliente/utente
- 2.5. Adequação das respostas e soluções apresentadas
- 2.6. Gestão da interação com diferentes perfis de clientes/utentes

3. Registo, gestão e confidencialidade da informação do cliente/utente

- 3.1. Importância do registo da informação no atendimento
- 3.2. Sistemas internos de registo e gestão de dados
- 3.3. Organização e estruturação da informação
- 3.4. Verificação da consistência e precisão dos dados
- 3.5. Normas legais e internas de confidencialidade e proteção de dados
- 3.6. Utilização da informação para acompanhamento e melhoria do atendimento

4. Comunicação nos diferentes canais de atendimento

- 4.1. Atendimento presencial, telefónico e digital
- 4.2. Adaptação da comunicação ao canal utilizado
- 4.3. Boas práticas de comunicação escrita e oral
- 4.4. Clareza, objetividade e coerência da informação transmitida.
- 4.5. Registo e acompanhamento do atendimento multicanal

5. Apresentação de produtos e serviços

- 5.1 Características, vantagens e benefícios dos produtos e serviços
- 5.2 Organização lógica da informação comercial
- 5.3 Técnicas de comunicação aplicadas à apresentação da oferta
- 5.4 Utilização de exemplos e comparações
- 5.5 Verificação da compreensão do cliente/utente

6. Utilização de materiais e plataformas de apoio à informação

- 6.1 Tipos de materiais de apoio (catálogos, folhetos, plataformas digitais)
- 6.2 Atualização e conformidade dos materiais com os padrões da organização
- 6.3 Apresentação organizada e acessível dos materiais
- 6.4 Utilização de recursos digitais no atendimento ao cliente/utente
- 6.5 Materiais de apoio como suporte à decisão do cliente/utente

Outras Capacidades Associadas à Unidade Formativa

- Criatividade.
- Autonomia.
- Autoconfiança.
- Persistência/Tenacidade.
- Sentido de responsabilidade.
- Capacidade para assumir riscos.
- Atitude proactiva
- Dinamismo
- Empatia

- Escolha ativa
- Integridade, confidencialidade e responsabilidade das informações processadas.
- Ordem e sistematização
- Preocupação com os detalhes
- Valorização do rigor e precisão nas informações

Requisitos Básicos do Contexto Formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

- O(A) professor(a) ou formador(a) deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter experiência profissional, mínima de 3 anos, comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de Acesso ao Módulo Formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro - Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro - Quadro Nacional de Qualificações.

MF2: Venda de produtos e serviços		
Código: MF436_3	Nível: 3	Duração: 160 Horas
Associado à UC436_3: Negociar e efetuar vendas de produtos e serviços		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1: Preparar o processo de venda, reunindo informação sobre produtos/serviços e condições comerciais, de acordo com os procedimentos da organização.

- CA 1.1. Identificar as técnicas de comunicação mais utilizadas aplicáveis em situações de negociação e venda de produtos e serviços.
- CA 1.2. Descrever as qualidades e atitudes que um vendedor deve desenvolver/possuir.
- CA 1.3. Identificar as variáveis que intervêm nas motivações de compra do cliente/utente.
- CA 1.4. Identificar tipologias de cliente/utente e as suas necessidades de compra.
- CA 1.5. Selecionar os canais e meios de venda de acordo com as características do cliente/utente.
- CA 1.6. Identificar as características, preços e condições de venda dos produtos e serviços disponibilizados.
- CA 1.7. Consultar tabelas de preços, campanhas e políticas comerciais em vigor.
- CA 1.8. Reunir informação necessária à apresentação da proposta comercial ao cliente/utente.
- CA 1.9. Confirmar a disponibilidade de produtos e serviços antes da negociação.
- CA 1.10. Organizar a informação de apoio à venda, respeitando os procedimentos internos.

RA2: Negociar condições de venda com o cliente, aplicando técnicas de persuasão ética, de acordo com as necessidades identificadas e as normas da organização.

- CA 2.1. Explicar as técnicas básicas de negociação e venda de produtos e serviços em diferentes situações comerciais em função do tipo de clientes/utentes.
- CA 2.2. Explicar as técnicas de apresentação e demonstração de produtos e serviços.
- CA 2.3. Numa situação prática de negociação de um produto ou serviço:
 - Apresentar soluções comerciais adequadas às necessidades do cliente, fundamentadas nos benefícios dos produtos ou serviços.
 - Acolher propostas e expectativas do cliente, respeitando os procedimentos internos.
 - Conduzir a negociação aplicando técnicas de persuasão de forma ética e profissional.
 - Ajustar as condições propostas em função das necessidades do cliente, dentro dos limites definidos pela organização.
 - Confirmar a compreensão das condições negociadas antes da decisão final do cliente.
 - Registar o resultado da negociação nos sistemas internos, utilizando os meios definidos.

RA3: Responder a objeções e contrapropostas do cliente, mantendo postura profissional e respeitando os limites de atuação definidos pela organização.

- CA 3.1. Analisar as objeções apresentadas pelo cliente de forma atenta e estruturada.
- CA 3.2. Responder às objeções de modo claro, objetivo e profissional.
- CA 3.3. Manter uma postura cordial e profissional durante todo o processo de negociação
- CA 3.4. Respeitar os limites de autoridade e as políticas comerciais da organização ao apresentar respostas ou contrapropostas.
- CA 3.5. Registar objeções e contrapropostas nos sistemas internos, de acordo com os procedimentos estabelecidos.

RA4: Concluir a venda, formalizando o acordo comercial e assegurando o cumprimento dos procedimentos internos.

CA 4.1. Explicar a importância do fecho de venda, e os procedimentos a serem seguidos.

CA 4.2. Identificar as diferentes técnicas do fecho de venda utilizadas no processo de negociação e venda de produtos e serviços.

CA 4.3. Numa situação prática de venda de um produto ou serviço, seguindo os procedimentos da organização:

- Confirmar verbalmente ou por escrito os termos finais acordados e assegurar que o cliente compreende as condições associadas à venda realizada.
- Verificar a exatidão dos dados necessários à formalização da venda.
- Emitir a documentação de venda, seguindo as normas internas e legais aplicáveis.
- Arquivar os registos de venda de acordo com os procedimentos definidos.

RA5: Registrar e acompanhar a venda realizada, garantindo a rastreabilidade da operação e o apoio ao relacionamento com o cliente.

CA 5.1 Identificar e seleccionar os meios ou as ferramentas de registo de vendas e as suas aplicações.

CA5.2 Registrar a venda efetuada nos sistemas internos de forma completa e precisa.

CA 5.3. Assegurar a rastreabilidade de todas as operações comerciais realizadas.

CA 5.4 Atualizar o histórico do cliente com informação relevante da venda.

CA 5.5. Utilizar a informação registada para apoiar ações de acompanhamento e fidelização.

Conteúdos

1. A função comercial e o processo de venda

- 1.1. Conceito de venda e negociação comercial
- 1.2. Importância da função comercial para a sustentabilidade do negócio
- 1.3. O papel do operador de vendas no relacionamento com o cliente
- 1.4. Ética, responsabilidade e limites de atuação

2. O cliente e o comportamento do consumidor

- 2.1. Tipologia de clientes
- 2.2. Necessidades, expectativas e motivações do cliente
- 2.3. Fatores que influenciam o comportamento de compra
- 2.4. Comunicação interpessoal aplicada ao contexto comercial

3. Preparação da venda

- 3.1. Conhecimento dos produtos e serviços
- 3.2. Características, vantagens e benefícios
- 3.3. Conhecimento do cliente e análise do contexto da venda
- 3.4. Organização da informação para a abordagem comercial

4. Técnicas de venda e negociação

- 4.1. Etapas do processo de venda

- 4.2. Técnicas básicas de venda presencial, telefónica e digital
- 4.3. Técnicas de comunicação verbal e não-verbal na venda
- 4.4. Técnicas de persuasão aplicadas de forma ética e profissional

5. Apresentação da proposta comercial

- 5.1. Apresentação clara e estruturada de produtos e serviços
- 5.2. Argumentação comercial adaptada ao perfil do cliente
- 5.3. Utilização de exemplos e comparações na apresentação da oferta
- 5.4. Verificação da compreensão do cliente sobre a proposta apresentada

6. Tratamento de objeções e contrapropostas

- 6.1. Tipos de objeções mais frequentes
- 6.2. Atitude profissional face às objeções do cliente
- 6.3. Técnicas de resposta a objeções e contrapropostas
- 6.4. Respeito pelos limites comerciais e políticas da organização

7. Fecho da venda

- 7.1. Momento e importância do fecho da venda
- 7.2. Tipologia de fecho de venda
- 7.3. Técnicas de fecho adequadas ao contexto da negociação
- 7.4. Confirmação das condições acordadas com o cliente

8. Registo e acompanhamento da venda

- 8.1. Registo do resultado da negociação nos sistemas internos
- 8.2. Organização e atualização da informação comercial
- 8.3. Utilização dos dados da venda para acompanhamento do cliente
- 8.4. Contribuição da venda para a fidelização do cliente

Outras Capacidades Associadas à Unidade Formativa

- Criatividade.
- Autonomia.
- Autoconfiança.
- Persistência/Tenacidade.
- Sentido de responsabilidade.
- Capacidade para assumir riscos.
- Atitude proactiva
- Dinamismo
- Empatia

- Escuta ativa
- Integridade, confidencialidade e responsabilidade das informações processadas.
- Ordem e sistematização
- Preocupação com os detalhes
- Valorização do rigor e precisão nas informações

Requisitos Básicos do Contexto Formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

- O(A) professor(a) ou formador(a) deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter experiência profissional, mínima de 3 anos, comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de Acesso ao Módulo Formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro - Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro - Quadro Nacional de Qualificações.

MF 3: Operações de Tesouraria		
Código: MF437_3	Nível: 3	Duração: 100 Horas
Associado à UC437_3: Realizar operações de tesouraria		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1: Preparar as operações de tesouraria, reunindo e verificando informação financeira, de acordo com os procedimentos da organização.

- CA 1.1. Explicar as características dos diferentes sistemas e meios de pagamento das operações de vendas.
- CA 1.2. Explicar as funções dos diferentes equipamentos de registo e cobrança das operações de vendas.
- CA 1.3. Identificar os aspetos básicos da legislação que permite a elaboração dos documentos de cobrança e pagamento.
- CA 1.4. Identificar as organizações, instituições e empresas ligadas à emissão de documentos de cobrança e pagamento.
- CA 1.5. Consultar os procedimentos internos aplicáveis às operações de tesouraria.
- CA 1.6. Identificar os meios de pagamento aceites pela organização, de acordo com as normas internas.
- CA 1.7. Confirmar a operacionalidade dos equipamentos e sistemas de tesouraria antes do início das operações.
- CA 1.8. Verificar a existência de numerário e documentos necessários à realização das operações.

RA2: Efetuar operações de recebimento e pagamento, aplicando corretamente os meios de pagamento disponíveis, de acordo com as normas da organização.

- CA 2.1. Explicar as técnicas de recebimento e pagamento, seguindo os procedimentos legais.
- CA 2.2. Identificar e explicar as diferentes formas e meios de cobrança e pagamentos.
- CA 2.3. Identificar as regras de prevenção de fraude e confidencialidade durante as operações de recebimento e pagamento.
- CA 2.4. Efetuar recebimentos em numerário, verificando a autenticidade dos meios de pagamento apresentados.
- CA 2.5. Processar pagamentos através de meios eletrónicos ou digitais, utilizando sistemas seguros.
- CA 2.6. Emitir comprovativos das operações realizadas, respeitando os procedimentos internos.
- CA 2.7. Efetuar a correção dos valores processados em cada operação de tesouraria.

RA3: Registrar, controlar e assegurar a segurança das operações de tesouraria, garantindo a exatidão, rastreabilidade e integridade das transações financeiras, de acordo com os procedimentos internos e normas aplicáveis.

- CA 3.1. Descrever os procedimentos de registo de operações de tesouraria, tendo em consideração as normas aplicáveis.
- CA 3.2. Identificar as normas de confidencialidade no tratamento da informação financeira.
- CA 3.3. Registrar todas as operações financeiras nos sistemas internos de forma precisa.
- CA 3.4. Verificar a correspondência entre os valores registados e os valores efetivamente recebidos ou pagos.
- CA 3.5. Organizar os registos de tesouraria, permitindo consulta e controlo futuros.
- CA 3.6. Garantir a rastreabilidade de cada transação financeira efetuada.
- CA 3.7. Explicar os procedimentos de prevenção de fraude e acesso não autorizado aos sistemas de tesouraria.
- CA 3.8. Manter o numerário em condições de segurança durante todo o processo operacional.

CA 3.9. Comunicar situações de irregularidade ou discrepância, de acordo com os procedimentos internos.

CA 3.10. Organizar e arquivar os documentos e registros de tesouraria, assegurando a sua conservação e fácil consulta.

CA 3.11. Respeitar os limites de autoridade definidos para o operador nas operações financeiras.

RA4: Realizar o fecho de tesouraria, verificando e reportando os resultados das operações efetuadas, de acordo com as normas da organização.

CA4.1. Descrever a importância do fecho de caixa e os procedimentos a serem seguidos.

CA4.2. Identificar os procedimentos de registo das operações nos sistemas internos.

CA 4.3. Identificar e justificar eventuais diferenças apuradas no fecho de tesouraria.

CA 4.4. Numa situação prática de fecho de tesouraria, seguindo os procedimentos internos:

- Efetuar a conferência diária de caixa, assegurando a correspondência entre valores registados e valores apurados;
- Elaborar relatórios de tesouraria com base nas operações realizadas;
- Registrar o fecho de tesouraria nos sistemas internos, de acordo com os procedimentos estabelecidos;
- Encaminhar a informação de tesouraria para os responsáveis definidos, respeitando os prazos internos.

Conteúdos

1. Noções básicas de tesouraria

- 1.1. Conceito de tesouraria
- 1.2. Importância da tesouraria na atividade comercial
- 1.3. Responsabilidades do operador de vendas nas operações de caixa

2. Meios de pagamento

- 2.1. Pagamentos em numerário
- 2.2. Pagamentos por cartão
- 2.3. Transferências e outros meios eletrónicos
- 2.4. Verificação da autenticidade dos meios de pagamento

3. Operações de caixa

- 3.1. Abertura e fecho de caixa
- 3.2. Registo de entradas e saídas
- 3.3. Emissão de documentos comerciais (faturas, recibos, talões)
- 3.4. Organização do fundo de caixa

4. 4. Controlo e conferência de valores

- 4.1. Conferência de caixa
- 4.2. Identificação de diferenças de caixa
- 4.3. Comunicação de irregularidades
- 4.4. Procedimentos em caso de erro ou divergência

5. Registo e arquivo da informação financeira

- 5.1. Registo das operações nos sistemas internos
- 5.2. Organização e arquivo de documentos
- 5.3. Confidencialidade da informação financeira
- 5.4. Cumprimento das normas internas e legais

Outras Capacidades Associadas à Unidade Formativa

- Criatividade.
- Autonomia.
- Autoconfiança.

- Persistência/Tenacidade.
- Sentido de responsabilidade.
- Capacidade para assumir riscos.
- Atitude proactiva
- Dinamismo
- Empatia
- Escuta ativa
- Integridade, confidencialidade e responsabilidade das informações processadas.
- Ordem e sistematização
- Preocupação com os detalhes

Requisitos Básicos do Contexto Formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

- O(A) professor(a) ou formador(a) deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter experiência profissional, mínima de 3 anos, comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de Acesso ao Módulo Formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro - Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro - Quadro Nacional de Qualificações.

MF4: Serviço pós-venda e fidelização do cliente		
Código: MF438_3	Nível: 3	Duração: 90 Horas
Associado à UC438_3: Assegurar o serviço pós-venda e a fidelização de clientes/utentes		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1: Acompanhar o cliente após venda, recolhendo informação relevante, com vista à melhoria contínua do serviço prestado, aplicando procedimentos de serviços pós-venda.

CA 1.1. Descrever e explicar as técnicas básicas de fidelização dos clientes e os elementos emocionais e racionais que intervêm no processo.

CA 1.2. Explicar o significado e a importância do serviço pós-venda nos processos comerciais.

CA 1.3. Identificar situações de negócios que requerem acompanhamento e serviço pós-venda.

CA 1.4. Explicar as normas de comunicação e etiqueta das empresas/organizações durante o atendimento pós-venda.

CA 1.5. Identificar os canais, meios e ferramentas mais utilizados no serviço pós-venda.

CA 1.6. Numa situação prática:

- Contactar o cliente após a venda, utilizando os canais definidos pela organização;
- Recolher feedback do cliente sobre o produto ou serviço adquirido;
- Prestar informações pós-venda ao cliente, utilizando linguagem clara e adequada ao contexto.
- Confirmar as condições de venda acordadas, assegurando a sua correta aplicação.
- Orientar o cliente quanto à utilização correta do produto ou serviço, respeitando as instruções definidas.
- Identificar oportunidades de melhoria com base no feedback obtido.
- Assegurar disponibilidade e atenção ao cliente no período pós-venda, de acordo com os padrões de atendimento.

RA2: Tratar reclamações e devoluções, aplicando técnicas de resolução de conflitos, de forma profissional e orientada para a satisfação do cliente.

CA 2.1. Identificar a legislação vigente de proteção de consumidores e tratamento das reclamações.

CA 2.2. Descrever as técnicas de resolução de conflitos.

CA 2.3. Descrever o processo de gestão de reclamação, identificando a documentação utilizada para sua recolha assim como a informação que deve conter.

CA 2.4. Numa situação prática de gestão de reclamação, aplicando os procedimentos internos:

- Receber reclamações do cliente, adotando uma postura empática e profissional.
- Analisar a reclamação apresentada, identificando as causas do problema.
- Propor soluções adequadas, respeitando os limites de autoridade definidos.
- Registrar a reclamação e a solução adotada, garantindo a rastreabilidade do processo.

RA3: Desenvolver ações de fidelização do cliente, promovendo relações comerciais duradouras, de acordo com a estratégia da organização.

CA 3.1. Identificar as estratégias de fidelização definidas pela organização.

CA 3.2. Descrever as ferramentas de gestão de relacionamento com o cliente (CRM).

CA 3.3. Identificar os meios e ferramentas digitais para o desenvolvimento de ações de fidelização, de acordo com os procedimentos da organização.

CA 3.4. Identificar as técnicas de relacionamento profissional e contínuo com os clientes.

- CA 3.5. Promover produtos ou serviços complementares, respeitando o perfil e as necessidades do cliente.
- CA 3.6. Propor ações de fidelização do cliente, respeitando as diretrizes da organização.
- CA 3.7. Utilizar ferramentas de gestão de relacionamento com o cliente (CRM), de acordo com os procedimentos internos.
- CA 3.8. Contribuir para a valorização da imagem da organização junto dos clientes.

RA4: Registrar e arquivar informação pós-venda, assegurando a confidencialidade e a conformidade com as normas internas.

- CA 4.1. Explicar os procedimentos de registo e arquivo de informação pós-venda.
- CA 4.2. Explicar as normas internas e legais relativas à proteção de dados pessoais.
- CA 4.3. Registrar as interações pós-venda realizadas com os clientes.
- CA 4.4. Atualizar os dados do cliente nos sistemas de informação da organização.
- CA 4.5. Arquivar a documentação pós-venda, de acordo com os procedimentos definidos.
- CA 4.6. Assegurar a confidencialidade dos dados do cliente em todas as fases do processo.

Conteúdos

1. Serviço pós-venda

- 1.1. Conceito e objetivos
- 1.2. Importância para a satisfação do cliente
- 1.3. Papel do serviço pós-venda na imagem e reputação da organização
- 1.4. Responsabilidades do operador no período pós-venda

2. Atendimento e comunicação no pós-venda

- 2.1. Comunicação profissional
- 2.2. Etiqueta e imagem institucional
- 2.3. Adaptação da comunicação ao perfil e situação do cliente
- 2.4. Gestão de interações difíceis no pós-venda

3. Gestão de reclamações e devoluções

- 3.1. Tipos de reclamações
- 3.2. Técnicas de resolução de conflitos
- 3.3. Procedimentos internos no tratamento de reclamações e devoluções
- 3.4. Limites de atuação do operador no tratamento de reclamações

4. Acompanhamento e feedback do cliente

- 4.1. Técnicas de recolha de feedback
- 4.2. Análise da satisfação do cliente
- 4.3. Importância do acompanhamento pós-venda
- 4.4. Utilização do feedback para melhoria do serviço

5. Fidelização de clientes

- 5.1. Estratégias e ações de fidelização
- 5.2. Relação de longo prazo com o cliente
- 5.3. Comunicação regular e personalizada com o cliente
- 5.4. Promoção de produtos e serviços complementares no pós-venda

6. Registo e proteção da informação

- 6.1. Sistemas de registo pós-venda
- 6.2. Confidencialidade e proteção de dados
- 6.3. Confidencialidade e proteção de dados pessoais
- 6.4. Cumprimento das normas internas e legais relativas à informação

Outras Capacidades Associadas ao Módulo

- Criatividade.
- Autonomia.
- Autoconfiança.
- Persistência/Tenacidade.
- Sentido de responsabilidade.
- Capacidade para assumir riscos.
- Atitude proactiva
- Dinamismo
- Empatia
- Escuta ativa
- Integridade, confidencialidade e responsabilidade das informações processadas.
- Ordem e sistematização
- Preocupação com os detalhes
- Valorização do rigor e precisão nas informações

Requisitos Básicos do Contexto Formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

- O(A) professor(a) ou formador(a) deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo.
- O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter experiência profissional, mínima de 3 anos, comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de Acesso ao Módulo Formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro - Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro - Quadro Nacional de Qualificações.

MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO		MT_COM006
Nível: 3	Duração indicativa:360 Horas	
Associado a todas as Unidades de Competência		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1: Integrar-se no contexto de trabalho, respeitando as normas, procedimentos e cultura da organização.

- CA 1.1. Cumprir os horários, regras internas e normas de funcionamento da organização.
- CA 1.2. Demonstrar postura profissional, ética e responsabilidade no desempenho das tarefas.
- CA 1.3. Respeitar as normas de segurança, higiene e saúde no trabalho.
- CA 1.4. Aplicar as normas de comunicação e imagem institucional da organização.
- CA 1.5. Cooperar com a equipa de trabalho, respeitando hierarquias e orientações superiores.

RA2: Realizar atividades de acolhimento, atendimento e informação ao cliente/utente em contexto real de trabalho.

- CA 2.1. Acolher e atender clientes/utentes de forma cordial e profissional.
- CA 2.2. Identificar necessidades e expectativas dos clientes/utentes através da escuta ativa.
- CA 2.3. Fornecer informações claras e rigorosas sobre produtos, serviços ou procedimentos.
- CA 2.4. Adaptar a comunicação aos diferentes canais de atendimento utilizados.
- CA 2.5. Registar as interações com o cliente/utente nos sistemas internos, de acordo com os procedimentos definidos.

RA3: Participar no processo de negociação e concretização de vendas de produtos e serviços.

- CA 3.1. Apresentar produtos e serviços de acordo com as orientações comerciais da organização.
- CA 3.2. Aplicar técnicas básicas de venda e negociação em situações reais.
- CA 3.3. Responder a objeções e questões dos clientes de forma profissional e adequada.
- CA 3.4. Confirmar as condições da venda antes da sua concretização.
- CA 3.5. Registar corretamente as vendas efetuadas nos sistemas definidos.

RA4: Participar nas operações de tesouraria, respeitando os procedimentos internos e as normas de segurança

- CA 4.1. Realizar operações de recebimento e pagamento de acordo com os procedimentos internos.
- CA 4.2. Utilizar com eficácia os meios de pagamento disponibilizados pela organização.
- CA 4.3. Emitir e conferir documentos de venda e pagamento.
- CA 4.4. Manter organização e rigor no manuseamento de valores.
- CA 4.5. Comunicar eventuais irregularidades ao responsável hierárquico.

RA5: Assegurar o serviço pós-venda e colaborar em ações de fidelização de clientes.

- CA 5.1. Prestar apoio ao cliente no período pós-venda, de acordo com as normas da organização.
- CA 5.2. Participar no tratamento de reclamações e devoluções, respeitando os procedimentos internos.
- CA 5.3. Recolher e registar feedback do cliente.
- CA 5.4. Colaborar em ações de fidelização definidas pela organização.

CA 5.5. Contribuir para a manutenção de um relacionamento profissional e duradouro com o cliente.

RA6: Participar nas atividades de registo, organização e proteção de informação produzida no exercício da atividade profissional.

CA 6.1. Registrar dados e informações nos sistemas internos de forma correta e completa.

CA 6.2. Atualizar informação relativa a clientes, vendas e pós-venda.

CA 6.3. Garantir a confidencialidade dos dados tratados.

CA 6.4. Cumprir as normas internas e legais relativas à proteção de dados.

CA 6.5. Utilizar a informação registada para apoio à atividade e melhoria do serviço.

Conteúdos

1. Integração na organização

- 1.1. Estrutura, funcionamento e cultura organizacional
- 1.2. Normas internas, regulamentos e procedimentos
- 1.3. Direitos, deveres e responsabilidades do formando em contexto real de trabalho

2. Atendimento e relação com o cliente em contexto real

- 2.1. Acolhimento e atendimento presencial, telefónico e digital
- 2.2. Comunicação profissional em situações reais
- 2.3. Gestão de comportamentos e atitudes no atendimento ao cliente

3. Venda e negociação em ambiente de trabalho

- 3.1. Apresentação de produtos e serviços
- 3.2. Técnicas de venda e negociação aplicadas
- 3.3. Gestão de objeções e fecho de vendas
- 3.4. Adaptação da abordagem comercial ao perfil do cliente

4. Operações de tesouraria

- 4.1. Recebimentos e pagamentos
- 4.2. Utilização de meios de pagamento
- 4.3. Emissão e conferência de documentos
- 4.4. Controlo interno e segurança nas operações de tesouraria

5. Serviço pós-venda e fidelização

- 5.1. Acompanhamento do cliente
- 5.2. Tratamento de reclamações e devoluções
- 5.3. Ações de fidelização
- 5.4. Gestão da satisfação e retenção de clientes

6. Registo e gestão da informação

- 6.1. Sistemas de informação utilizados
- 6.2. Registo, organização e arquivo de dados
- 6.3. Confidencialidade e proteção da informação
- 6.4. Utilização da informação para apoio à decisão e melhoria do serviço

REQUISITOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Formando:

Possuir:

- Mínimo 8º Ano de escolaridade ou

Certificado de Qualificação Profissional de Nível X na mesma FP

RECURSOS / POR TURMA 20 FORMANDOS	
Espaço/Instalações em m²	• Sala de formação teórica equipada – mínimo 40 m² • Sala prática/simulação de atendimento e vendas – mínimo 35 m² • Espaço equipado para práticas de tesouraria e atendimento digital – mínimo 25 m²
Equipamentos (quantificar)	• 20 computadores com acesso à internet • 1 computador para o formador • 1 videoprojector/datashow • 1 impressora multifunções • 1 quadro branco • 1 sistema POS/caixa registadora para simulação • 2 terminais de pagamento eletrónico (TPA) para prática • 1 telefone fixo ou sistema de atendimento telefónico • 20 mesas e 20 cadeiras para formandos • 1 mesa e cadeira para formador
Materiais e/ou ferramentas (quantificar)	• Material de escritório diverso (papel, canetas, dossiers, agraphadores, calculadoras, etc.) • Catálogos, folhetos e materiais promocionais • Formulários comerciais e documentos de tesouraria • Guias de atendimento ao cliente e procedimentos internos • Software de gestão comercial/CRM para simulação • Manual do formando e materiais pedagógicos • Acesso a plataformas digitais de atendimento e vendas
Recursos humanos	Coordenador do curso Requisito: • Formação superior nas áreas de Gestão, Marketing, Comércio, Administração, Economia ou áreas afins. • Formação pedagógica de formadores reconhecida pelas entidades competentes. • Experiência mínima de 3 anos em coordenação ou gestão de formação profissional. • Conhecimento do Sistema Nacional de Qualificações de Cabo Verde e da abordagem por competências. Formador: Requisitos: – O(A) professor(a) ou formador(a) deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de

	formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei. – O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo. – O(A) professor(a) ou formador(a) deve ter experiência profissional, mínima de 3 anos, comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.
--	--

