PERFIL DE CARGO

1. Identificación del cargo	
Área:	Comercial
Nombre del Cargo:	Asesor PDV
No. personas en el cargo:	3
Personas a cargo:	0
Jefe Inmediato:	Administración PDV
Relaciones Internas:	visual, diseñadores, producto, logística, comercial, auditoria, gestion humana, Trade marketing.
Relaciones Externas:	Clientes, centros comercial, transportadoras.
En caso de ausencia reemplaza:	Asesor de PDV

2. Objetivo del cargo

Brindar una excelente experiencia de compra a los clientes, con el objeto de lograr la satisfacción y lealtad para consolidar ventas efectivas de acuerdo a normas y procedimientos establecidos, gestionando las actividades operacionales que van alineadas a los 5 puntos de supervisión.

3. Tareas claves de responsabilidad

- Servicio.
- Matemáticas operacionales.
- Control.
- Producto.
- Visual.
- Orden y aseo.

4. Funciones y responsabilidades por procesos	
Servicio	• Realizar y garantizar los 5 pasos de servicio: saludo, identificar necesidades, ejecución de la venta, cierre de la venta y despedida. • Atención a múltiples clientes (aplicar la vinculación y desvinculación para garantizar el servicio para todos)
Matemáticas operacionales	• Diligenciar el libro de la fantasía, para asegurar el cumplimiento y seguimiento de los indicadores de gestion.
Control	• Realizar el correcto manejo de facturas electrónicas y manuales. • Manejar caja menor y mayor con sus respectivos arqueos. • Realizar las consignaciones diarias en los tiempos estipulados según la Política de Protección del efectivo. • Cumplir con los horarios que garanticen la correcta operación de la tienda. • Cooperar con la seguridad y vigilancia de los activos de la compañía. • Ejecutar el correcto manejo de los formatos de auditoría y operaciones: (Traslados Mercancía, Descuento Empleados, Registro consignaciones diarias, Cambios y Garantías, Formato Calidad, Informe Conteos,

	Preparación Inventario, Procedimiento ajustes remisiones, Reporte Top 25, Seguimiento Líder Ventas).
Producto	• Conocer el producto y sus categorizaciones dentro de la compañía: MTA (Hecho para la disponibilidad), MTA-R (Ciclo de vida), MTO (Hecho para la orden de despacho), MTO-R (producto que no tiene reposición) • Capacitarse en los siguientes conceptos de producción: Materias Primas, Técnicas Estampación, Sensibilizaciones de Personajes, Clasificación del producto según su categoría y tipo de producto, Inferior, Superior, Interior, Pijamas, No Textil e Icónicas, Clasificación (AA, A, BB, B, C, Ciclo de Vida), Tallas por licencia, Rotación Producto.
Visual	• Realizar seguimiento al manual de exhibición para el correcto montaje de Instructivo. • Generar buenas prácticas en los siguientes puntos: Entallar, Perfilar, Redoblar, Pinar, Surtir. • limpiar vitrinas, tarimas, lámparas, muebles garantizando que estén en buen estado, plotter bien adheridos y Maniquíes vestidos con el Outfit indicado. • Verificar permanentemente los insumos de visual para hacer un correcto montaje. • Aplicar correctamente el aroma según manual de visual.
Orden y aseo	• Realizar las correctas labores de limpieza para garantizar un adecuado orden y aseo del punto de venta: Barrer en la noche después del cierre, Trapear en la mañana antes de la apertura, Sacudir la sección asignada a diario (entrepaños, herraje, ganchos y muebles). • Realizar las correctas labores de limpieza para garantizar un adecuado orden y aseo de la bodega: Correcta aplicación de la Metodología 5 S´, Ordenar por género, talla y personaje, Evitar el consumo de alimentos y cigarrillo dentro de las bodegas, La bodega debe permanecer con luces apagadas y cerrada, las llaves en el puesto de pago, Asignar un lugar para las pertenencias personales de los empleados. • Hacer uso correcto de la dotación, buscando que la presentación personal cumpla con los siguientes lineamientos: (maquillaje y uñas sobrias, evitar maquillajes pesados, uñas largas y en tonos llamativos, cabellos limpios y peinados cómodos, accesorios sobrios y discretos)

Nota: Y todas las órdenes que le sean asignadas por su jefe inmediato, en relación con su cargo.

5. Indicadores de medición	
UPT	Unidad promedio por transacción
PPT	Pesos promedio por transacción

MERMA	Perdidas de producto en unidades y en pesos, por un tiempo determinado.
HABEAS DATA	Informacion personal del cliente captados en el punto de venta para conducir estrategias de fidelización.

6. Requisitos mínimos	
Educación:	Bachiller, Técnico o Tecnólogo
Formación:	Mercadeo, gestion comercial, ventas o administración.
Experiencia:	1 año en servicio al cliente, preferiblemente en el sector Retail.

7. Atributos corporativos	
Nuestros atributos	**¿Aquí te contamos lo que caracteriza a cada uno de nuestros héroes?**
Somos felices	Vivimos nuestros trabajos desde la alegría, como una oportunidad para aportar desde nuestros talentos. Sonreímos, saludamos y nos divertimos mientas trabajamos.
Hablamos con la verdad	Nos comunicamos de manera cercana, somos claros, honestos y transparentes en nuestras acciones.
Respetamos a todas las personas	Valoramos a cada persona desde su diversidad y así construir mejores ideas.
Somos apasionados por cumplir nuestras metas	Nos motiva todos los días conocer, aprender, y trazarnos nuevas metas. La disciplina y la responsabilidad nos ayudan a lograrlo.
Somos innovadores	Mejoramos procesos y generamos soluciones desde la imaginación.
Nos gusta alcanzar las metas en equipo	Juntos logramos más y mejores resultados.
Servimos con amor	Disfrutamos de comprender las necesidades y ofrecer diferentes posibilidades.
Nos retamos a los cambios	Experimentamos las diferentes situaciones como oportunidades para mejorar y transformar.

8. Competencias y destrezas para el Cargo	
Servicio al cliente	Actitud y aptitud de comprender las necesidades de otros (clientes, compañeros, colaboradores), lo que traduce en apoyo decidido o que redunda en acciones efectivas.
Trabajo en equipo	Capacidad de promover, fomentar y mantener relaciones de colaboración eficientes con compañeros y otros grupos de trabajo para integrar esfuerzos comunes y resultados tangibles.
Negociación	Capacidad para obtener resultados en transacciones con otros, lo que supone el alcance de réditos tangibles como producto de las negociaciones efectuadas
Sentido de pertenencia	Es la actitud del individuo a sentirse dueño de su propio proceso guiado por una convicción profunda de adherencia a la organización y sus objetivos.
proactivo	Tendencia a prever y planear con antelación actividades o acciones que minimicen riesgos y garanticen cumplimiento efectivo de asignaciones.

Realiza	Reviso	Autorizo
Yuli Garcia-Andrea Ruiz		