

FICHA DE OCUPAÇÃO		
EIXO: GESTÃO E NEGÓCIOS		
SEGMENTO: COMÉRCIO		
OCUPAÇÃO: VENDEDOR		
CBOs associadas: 5211-10 – Vendedor de Comércio Varejista e 5211-05 – Vendedor de Comércio Atacadista		
SUBORDINAÇÃO: Gerente e supervisor de loja.		
NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 2		
FUNÇÕES PRINCIPAIS	PROSPECÇÃO TEMPORAL	INTER-RELAÇÕES FUNCIONAIS COM OUTRAS OCUPAÇÕES
Identificar as necessidades dos clientes a serem atendidas conforme as diretrizes e estratégias de vendas.	Longo prazo	Promotor de vendas e Recepcionista em meios de hospedagem
Executar ações de vendas de acordo com as características dos clientes e com as determinações da empresa.	Longo prazo	Representante comercial e Recepcionista em meios de hospedagem
Utilizar os recursos necessários às ações de vendas de acordo com as estratégias de <i>marketing</i> e comerciais.	Longo prazo	Recepcionista em meios de hospedagem
Comunicar-se utilizando a linguagem verbal e não verbal e recepcionar o cliente de acordo com seu perfil.	Longo prazo	
Relacionar-se com os clientes de acordo com o tipo de canal de vendas (<i>omnichannel</i>), visando o engajamento do cliente com a marca.	Longo prazo	
Apresentar e divulgar mercadorias, produtos e serviços, utilizando ferramentas de <i>merchandising</i> .	Longo prazo	
Orientar o cliente nas escolhas das mercadorias, produtos e serviços, de acordo com suas necessidades.	Longo prazo	
Orientar aos clientes quanto às especificidades e características de produtos.	Longo prazo	Promotor de vendas e Representante comercial

Utilizar técnicas de venda e negociação na comercialização de mercadorias, produtos e serviços, de acordo com a estratégia da empresa.	Longo prazo	
Realizar e atualizar o cadastro com dados e informações do cliente, conforme procedimento estabelecido.	Longo prazo	Recepcionista em meios de hospedagem
Consultar a disponibilidade de serviços, mercadorias e produtos, de acordo com os procedimentos de controle de estoque.	Longo prazo	
Organizar e elaborar documentos para o fechamento da venda, conforme procedimentos fiscais e da empresa.	Médio prazo	Auxiliar administrativo e Operador de caixa
Mediar conflitos e encaminhar reclamações, sugestões e solicitações dos clientes ao setor responsável, considerando procedimentos estabelecidos.	Longo prazo	Profissional de serviço de atendimento ao cliente e Recepcionista em meios de hospedagem
Realizar troca e devolução de mercadorias e produtos, conforme legislação e normas da empresa.	Longo prazo	-
Realizar o pós-venda de acordo com as orientações definidas pela empresa.	Longo prazo	Recepcionista em meios de hospedagem
Realizar o acompanhamento da intenção de compra, visando o fechamento da venda e utilizando diferentes ferramentas.	Longo prazo	-
Participar da realização de inventário físico, separando mercadorias e produtos no PDV.	Longo prazo	-
Ofertar produtos do <i>mix</i> da empresa que representem venda extra e atendam ou despertem as necessidades de acordo com o perfil do cliente.	Longo prazo	Operador de caixa
Conhecimentos/Temas de domínio		
<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de vendas. • Técnicas de negociação. • Técnicas de atendimento ao cliente. • Funções administrativas: planejamento, direção, organização e controle. • Estrutura organizacional e suas inter-relações: funções organizacionais e organograma. 		

- *Stakeholders*: conceito e influências.
- Acessibilidade e diversidade: atendimento inclusivo e cidadão para idosos, crianças, pessoas com deficiência e gestantes.
- Planejamento estratégico: conceitos básicos, tipos e metodologias.
- Pesquisa de mercado: tipos, coleta de dados, tabulação, gráficos, relatórios e análise.
- *Marketing*: definição, objetivos, composto de *marketing*, estratégias.
- *Merchandising*: definição, técnicas, atmosfera de compra, ações promocionais, material de ponto de venda.
- Prospecção: definição e passos da prospecção (análise do negócio, análise e segmentação do mercado).
- Tipos de venda: atacado e varejo.
- Promoção de venda: desconto, bonificação, mercadorias gratuitas, convenções e feiras, brindes/amostras, cupons, pacotes promocionais, cartões de fidelidade, promoções combinadas e cruzadas, *displays* e demonstrações.
- Canais de vendas: venda pessoal, mala direta, catálogo, telemarketing, resposta direta, *e-commerce* e multimídia.
- Conceitos e importância da logística e do estoque na área comercial.
- Indicadores de desempenho de vendas: conceitos e aplicações.
- Editor de textos: fontes, parágrafo, imagem, cabeçalho e rodapé, layout de página.
- Planilha eletrônica: funções básicas (elaboração, organização e formatação de dados).
- Internet e correio eletrônico: envio e recebimento de *e-mail* com e sem anexo.
- Segurança física do trabalhador: ergonomia, saúde física e mental, prevenção de riscos. NR 17 e NR 05.
- Comunicação: conceito e elementos.
- Parâmetros da língua padrão: coerência e coesão textual.
- Público-alvo: definição e elaboração de roteiro de venda.
- Classificação, componentes e ciclo de vida de mercadorias, produtos e serviços.
- Apresentação de mercadorias, produtos e serviços.
- Comportamento do consumidor, pessoa física e jurídica: fatores internos (motivação, aprendizagem, percepção, atitudes, personalidade) e fatores externos (família, classe social, grupos de referência, cultura).
- Tipos de documentos: pedidos, notas e cupons fiscais, relatórios de perda e de vendas, ficha de cadastro de clientes e Lei n. 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor.

- Matemática: grandezas proporcionais, regra de três simples e composta, porcentagem, juros simples e compostos, descontos simples e compostos, pesos e medidas.
- Pós-venda: conceito e histórico.
- Pesquisa de satisfação de clientes: tipos, coleta de dados, tabulação, gráficos, relatórios e análise.
- Fidelização: conceito, sistemas e importância.
- Inventário físico: conceito e procedimentos.
- Procedimentos de troca e devolução.
- CRM: apresentação e utilização do *software*.
- Cobrança de dívidas.
- *Marketing* e apresentação pessoal.
- Mídias digitais.

Mudanças nos fatores tecnológicos e organizativos

- Aumento de vendas por meios digitais e por outros canais que não apenas na loja física. *Marketplace*.

Infraestrutura para o desenvolvimento das funções

- Acesso aos meios digitais.

Novas demandas do mundo do trabalho, que implicam incremento na formação profissional

- Utilização de estratégias sensoriais.
- Capacidade de inovação, criativo pensar fora da caixa, reinventar-se, autodidatismo. Promoção da melhoria contínua.
- Agilidade no aprendizado. Atualidade nas tendências.
- Proatividade. Capacidade de adaptação. Resiliência. Inteligência emocional.
- Curiosidade pelo que vende e conhecimento sobre o produto.
- Domínio de mídias digitais.
- Planejamento de estratégias de vendas.

Considerações sobre a ocupação

No debate com os participantes, a ocupação de Vendedor aparece como figura central do segmento de Comércio e sua atuação é considerada determinante para o sucesso das empresas. A realidade do mercado mostra o vendedor com uma atuação muito ampliada e robusta, aglutinando fazeres de profissionais que não são mais contratados pelas empresas. Devido à complexidade das responsabilidades que esse profissional vem assumindo, a tendência é que o nível de qualificação profissional passe para 3. A função

“Preparar ações de vendas de acordo com as características dos clientes e com as determinações da empresa” foi alterada, pois, no entendimento dos participantes, não cabe ao Vendedor preparar ações de venda. Planejar e preparar essas ações são funções dos profissionais de *Marketing* ou do dono da empresa, no caso das empresas de pequeno porte. Cabe ao Vendedor apenas executá-las.

Outra função alterada foi “Promover mercadorias, produtos e serviços, utilizando ferramentas de *merchandising*” que se tornou “Apresentar e divulgar mercadorias, produtos e serviços, utilizando ferramentas de *merchandising*”, pois promover não é uma função primordial do vendedor. Sua atuação tem como objetivo influenciar o cliente a levar determinada mercadoria utilizando técnicas de venda.

Foi criada a função “Relacionar-se com os clientes de acordo com o tipo de canal de vendas (*omnichannel*), visando o engajamento do cliente com a marca”, ratificada durante as rodadas, considerando que a mesma é utilizada também no atacado e “atacarejo”, nos quais a ativação de vendas é feita, inclusive, pelo telefone.

A função “Realizar o acompanhamento da intenção de compra, visando o fechamento da venda e utilizando diferentes ferramentas” foi criada devido a modificações no mercado originadas com o surgimento das comunidades digitais.

Foi constatado que, em algumas empresas, o vendedor também pode organizar e abastecer o ponto de vendas de produtos, além de verificar o estoque e realizar inventário, funções antes associadas a outros profissionais. A função “realizar o pós-venda de acordo com as orientações definidas pela empresa” não é uma atribuição do vendedor em algumas empresas.

Atualmente, dois fatores são tidos como indispensáveis aos profissionais dessa ocupação: conhecer bem as novas mídias digitais e ser assertivo.

Por fim, de acordo com a área de atuação da empresa, as funções do Vendedor podem ser desempenhadas por outros profissionais. Isso acontece, por exemplo, em vários meios de hospedagem, nos quais é o Recepcionista que realiza a venda dos mais variados serviços. Além disso, ainda de acordo com a atuação da empresa, é possível ter algumas especificidades na maneira de desempenhar as funções. Dessa forma, o Vendedor que atua em farmácias de manipulação, por exemplo, precisa atuar como um Vendedor especialista.