

PERFIL PROFISSIONAL



TÉCNICO/A DE MARKETING

Publicação e atualizações

Publicado no Despacho n.º13456/2008, de 14 de Maio, que aprova a versão inicial do Catálogo Nacional de Qualificações.

QUALIFICAÇÃO: TÉCNICO/A DE MARKETING

DESCRIÇÃO GERAL:

Colaborar na definição de estratégias de marketing, operacionalizar as políticas de gestão de marketing mix e de clientes e participar na elaboração de estudos de mercado, com vista a definir/redefinir segmentos de mercado, permitindo o ajustamento permanente da atividade da empresa às necessidades e satisfação dos clientes.

ACTIVIDADES

1. Colaborar na elaboração do plano de Marketing da empresa, bem como no planeamento e implementação de ações de Marketing pontuais, nomeadamente recolhendo e organizando os elementos necessários à sua execução.

2. Operacionalizar as políticas de gestão do Marketing mix da empresa executando tarefas respeitantes à análise das vendas, preços e produtos.

- 2.1. Acompanhar a evolução das vendas, relacionando-a com a tipologia dos clientes, hábitos de consumo, concorrência ou outros factores;
- 2.2. Analisar os preços dos produtos no mercado e acompanhar a sua evolução;
- 2.3. Analisar o sortido/gama de produtos da empresa em relação aos produtos da concorrência, à evolução do mercado ou a outras variáveis internas e externas;
- 2.4. Elaborar relatórios dos dados recolhidos.

3. Operacionalizar as políticas de comunicação da empresa, nomeadamente contactando com clientes, fornecedores ou outras entidades ligadas direta ou indiretamente à atividade da empresa.

4. Operacionalizar as políticas de apresentação dos produtos no ponto de venda:

- 4.1. Acompanhar os pontos de venda a fim de garantir o cumprimento da política de marketing da empresa;
- 4.2. Propor o material promocional necessário ao desenvolvimento de ações de marketing;
- 4.3. Colaborar na execução de ações promocionais e de animação de loja.

5. Colaborar na definição de políticas de atendimento, acompanhamento e fidelização de clientes.

- 5.1. Participar na elaboração de ficheiros e bases de dados de clientes;
- 5.2. Analisar os ficheiros ou bases de dados de clientes, identificando os seus perfis e a sua segmentação, cruzando-os com os ficheiros de vendas e de produtos;
- 5.3. Proceder à análise da pertinência de reclamações, de forma a propor práticas e medidas correctivas;
- 5.4. Participar em ações de *marketing* direto, nomeadamente em campanhas de fidelização de clientes.

6. Colaborar na elaboração e realização de estudos de mercado.

- 6.1. Participar no planeamento de estudos de mercado e outro tipo de sondagens, nomeadamente colaborando no levantamento de necessidades e de custos, bem como em todos os procedimentos necessários à sua realização;
- 6.2. Participar na realização de estudos de mercado, nomeadamente colaborando diretamente na recolha de respostas a inquéritos;
- 6.3. Elaborar quadros, gráficos e relatórios, de acordo com a planificação do estudo.

COMPETÊNCIAS

SABERES

Noções de:

1. Língua francesa ou outra língua estrangeira adequada à sua atividade.

2. Logística.

3. Planeamento de *marketing*.

4. Legislação comercial.

5. Legislação laboral.

6. Documentação comercial.

7. Cálculo comercial.

Conhecimentos de:

8. Língua portuguesa.

9. Língua inglesa adequada à sua atividade.

10. Comércio.

11. Atividade e funcionamento comercial das empresas.

12. Organização do trabalho, nomeadamente organização e comunicação na empresa

13. Análise de mercado.

14. Comunicação, promoção e animação do ponto de venda.

15. Estatística.

16. *Merchandising*.

17. Publicidade

18. Gestão de *marketing mix* e de clientes.

19. Segurança, higiene e saúde aplicados à atividade profissional.

20. Informática enquanto utilizador, nomeadamente, de aplicações informáticas necessárias da sua atividade.

21. Comunicação em *marketing*.

22. Produtos e serviços, suas características, finalidades, modos de utilização.

SABERES-FAZER

1. Aplicar as técnicas de organização do trabalho no desenvolvimento da sua atividade.

2. Segmentar o mercado em que a empresa atua, através de observação direta ou por consulta de várias fontes.

3. Utilizar técnicas de pesquisa e recolha de informação tendo em vista a análise de mercado.

4. Interpretar listagens de produtos e/ou serviços, os respetivos preços e outra documentação respeitante à atividade comercial.

5. Aplicar as técnicas de "*merchandising*" na organização e animação do ponto de venda.

6. Aplicar as técnicas de gestão *marketing mix* e de clientes.

7. Aplicar métodos e técnicas de elaboração de relatórios.

8. Utilizar técnicas de elaboração e análise de quadros, gráficos e matrizes de análise relativas a produtos, preços, clientes e vendas.

9. Utilizar os equipamentos informáticos e as aplicações necessárias à sua atividade.

10. Aplicar as competências linguísticas na comunicação em língua portuguesa.

11. Aplicar as competências linguísticas na comunicação em língua inglesa e francesa ou outra língua estrangeira adequadas à sua atividade.

12. Aplicar as normas de segurança, higiene e saúde respeitantes à sua atividade.

SABERES-SER

1. Adaptar-se a diferentes situações e contextos.

2. Trabalhar em equipa e cooperar para objetivos comuns.

3. Revelar capacidade de observação de comportamentos.
4. Demonstrar criatividade e capacidade para propor ideias novas e soluções.
5. Demonstrar disponibilidade para a inovação e para a aprendizagem ao longo da vida.