PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación:
  EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE SANDALIAS EN FORMA MANUAL
- Código del Programa de Formación:
  84230270
- Competencia
  ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  ELABORAR LOS COMPONENTES DEL PLAN DE AHORRO PERSONAL Y COLECTIVO DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y PRESUPUESTOS; PROPONER IDEAS INNOVADORAS EN EL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO SEGÚN OPORTUNIDADES DE LA REGIÓN Y EL SECTOR
- Duración de la Guía
  48 horas

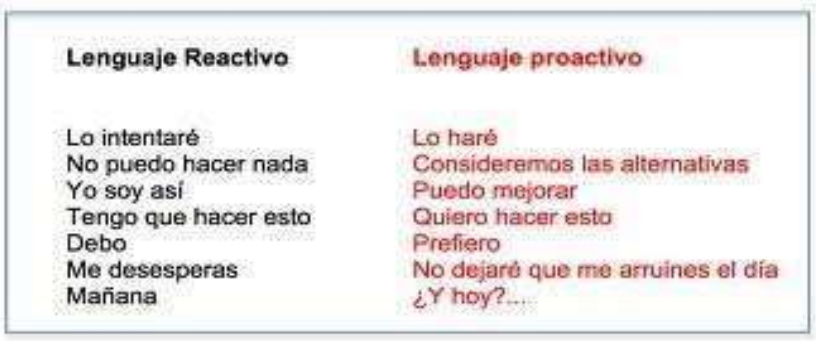
2. PRESENTACIÓN

Aunque lo que se busca con todo el proceso de la venta es conseguir el cierre de la misma, las tareas de comercialización no terminan ahí, posterior a la compra se debe seguir ofreciendo atención al cliente, a través del servicio post venta que es tan fundamental como las demás estrategias que se han implementado hasta el momento, dicho servicio es una increíble fuente de ingresos, pues ayuda a fidelizar clientes y brinda la posibilidad de conseguir nuevos, así mismo el manejo de quejas y reclamos de los clientes que sirve de guía para mejorar, pues permite corregir defectos o errores que se repiten sistemáticamente sin darse cuenta.
Se trata entonces de que usted señor (a) aprendiz, desarrolle la guía de una manera dinámica, analizando los temas expuestos, aportando a su formación a través del trabajo individual y en equipo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

a. En equipos de trabajo, ubicados en el ambiente de formación analizar las frases que se presentan a continuación:



ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE

A. Reunidos en grupos de trabajo leer y analizar el siguiente caso empresarial:

HARLEY DAVIDSON, UNIDOS POR EL ROCK AND ROLL

La mítica marca de motos estadounidense debe parte de su fama a un programa de fidelización tremendamente cuidado. Harley Davidson existe desde 1903 y en los años 60 ya era un icono de libertad, pero no fue hasta 1983 cuando sus dueños decidieron reforzar la conexión emocional con sus clientes a través del programa HOG (Harley Owners Group).

El HOG es un club internacional de propietarios de Harley Davidson que no solo comparten un producto, sino también un estilo de vida. A través del HOG los usuarios pueden participar en concentraciones masivas de “moteros” e intercambiar vivencias y opiniones sobre la marca, que son tenidas muy en cuenta a la hora de lanzar productos y mejorar los existentes. El club también ofrece ventajas “tradicionales” como información periódica sobre la marca, descuentos en diversos productos, un programa de asistencia en carrera y el servicio de alquiler de motos “Fly & Ride”. Pero en definitiva, esta comunidad activa y centrada en los valores de Harley Davidson contribuye a agrandar el mito de la marca hasta el punto de que muchos de sus seguidores se la tatúan. ¿Cuántas empresas pueden presumir de una fidelización de clientes similar?

ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

1. Analizar las técnicas de cierre de ventas en la negociación con los clientes
   - **A.** Reconocer las diferentes técnicas de cierre de ventas
   - **B.** Examinar las técnicas posibles a utilizar en el cierre de ventas de la Unidad Productiva

2. Informar a los clientes sobre disponibilidad y condiciones de entrega.
   - **A.** Elaborar argumentarios de ventas sobre disponibilidad de productos / servicios y condicionesde entrega a los clientes de la Unidad Productiva

3. Examinar los fundamentos del servicio post – venta en el proceso comercial
   A. En equipos de trabajo integrados por 3 o 4 aprendices participar en el juego didáctico depreguntas y respuestas sobre estrategias de servicio post venta.

ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

1. Con sus compañeros de equipo de trabajo, para la Unidad Productiva, evaluar el impacto del plande mercadeo establecido de acuerdo al plan de ejecución.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Desarrollo de las actividades propuestas en la Guía de Aprendizaje. **Evidencias de Desempeño:** Socializaciones y sustentaciones de las actividades propuestas en la Guía de Aprendizaje. **Evidencias de Producto:** Documentos que contenga la aplicación de conocimientos a la Unidad Productiva.	Legaliza las condiciones y términos de negociaciones de acuerdo con los intereses de las partes.	**LISTAS DE CHEQUEO**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Negociación: Proceso de intercambio de información y compromisos en el cuál dos o más partes, que tienen intereses comunes y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo.

Fidelización del cliente: es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica.

Queja: expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos.

Reclamo: Expresión de insatisfacción hecha a una organización con respecto a sus productos pero que pideo pretende algún tipo de compensación.

Servicio Post Venta: Es un valor agregado que las empresas ofrecen a sus clientes y se enfoca en asegurarla satisfacción del cliente aun luego de realizada la venta.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

SERNA Gómez, Humberto. Servicio al cliente. 3R Editores. Bogotá. 2000ALBRECHT Karl. La excelencia en el servicio. 3R Edirores. Bogotá, 1998

VARGAS Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio: conceptos y herramientas. Ed. Colombia. 2011 DESATNICK Robert L. Como conservar su clientela. El Secreto del Servicio. Ed. Legis. 1999 MONFERRER, Tirado Diego. Fundamentos de marketing. 2013. 175p.

FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, Ed. Mc Graw Hill, 243p COBRA Marcos MARKETING DE SERVICIO Conceptos y Estrategias. Ed. McGraw-Hill. 1991 234p

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Rodrigo Alberto Dominguez Astudillo**	**Instructor**	**Centro de Comercio y servicios**	**Marzo de 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					