



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **Técnico en Recursos Humanos**
- Código del Programa de Formación: **134200 versión 1**
- Nombre del Proyecto: **Protocolo de apoyo para la gestión técnico-operativa en los procesos de selección, vinculación de personal y seguridad en el trabajo para empresas del sector real a partir de la estrategia de empresa**
- Fase del Proyecto: **Ejecución**
- Actividad de Proyecto: **Apropiar normas y políticas institucionales relacionadas con el área de recursos humanos.**
- Competencia: **Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: **1. identificar soluciones de atención y servicio al cliente interno y externo, mediante la implementación de la tecnología disponible, teniendo en cuenta los requerimientos de la unidad administrativa y la organización. 2. proporcionar atención y servicio al cliente, de manera efectiva, a través de los medios tecnológicos y los aplicativos disponibles, aplicando la comunicación empresarial, los estándares de calidad y las políticas de la organización**
- Duración de la Guía: **68 horas**

2. PRESENTACIÓN

Una compañía que no se preocupe por capacitar a todos sus empleados dentro de una cultura de la atención, verá afectado su negocio. Esta es la herramienta más poderosa y menos costosa hacia la excelencia. En un mundo donde competir y marcar la diferencia son la clave para alcanzar un espacio dentro del universo empresarial y corporativo, nada como un buen servicio al cliente para ser diferenciales. Pero para ello, dicen los expertos, la satisfacción integral frente a un producto o servicio no se da solo por atender un reclamo o cambiar un artículo que ha resultado defectuoso. Es ir más allá. Una simple acción posventa no es suficiente para ser reconocidos por una atención asertiva y oportuna que, al final, es lo que un cliente valora de una marca o servicio. Así las cosas se requieren más que “buenas intenciones”.

LAS REDES FIDELIZAN, NO SOLUCIONAN Hoy en día, las redes sociales son el veedor ciudadano de mayor presencia, que se hace sentir para divulgar el inconformismo y, en menor medida, transmitir la satisfacción frente a un producto, servicio o situación que se presente en torno a una empresa o marca.

Revista portafolio <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/importancia-servicio-al-cliente>.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



En este momento iniciaremos a conocer los sistemas que operan en las organizaciones para garantizar el buen servicio al cliente, introducción por parte del instructor en los temas a través de presentación y videos:

1. EL SAV (SISTEMA AUTOMATIZADO DE VENTAS) DE HOY, CRM MÓVIL, LA AUTOMATIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS: EL RETO DE CRM , CONCEPTO, ADMINISTRACIÓN, CONTINGENCIAS DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SCM) SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
2. NORMAS TÉCNICAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD VIGENTES PARA EL SERVICIO AL CLIENTE, TRAZABILIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y MEJORA CONTINUA EN LOS PROCESOS DE , SERVICIO AL CLIENTE ,NORMAS DE CALIDAD ISO 9000, MALCOM BALDRIGE NACIONAL QUALITY AWARD, EFQM.

Observa el video <https://www.youtube.com/watch?v=3vdGreF7pwM>

Con el tendrán claro la diferencia e importancia entre Atención y Servicio al Cliente.

Observa el video <https://www.youtube.com/watch?v=7ojR8b3TIEs>

A través de este video identificaremos claramente el concepto de CRM las variables que lo enmarcan

Observa el video <https://www.youtube.com/watch?v=EiKJ26MeeFg&t=7s>

Observaremos el video https://www.youtube.com/watch?v=k-8QM_DP3c y <https://www.youtube.com/watch?v=CqXk3lWKAq8> donde se observa vivencias en empresas en cuanto a la importancia de la Gestión de calidad.

A través de este video identificaremos claramente el concepto de Marketing Digital y las variables que lo enmarcan, observa el video https://www.youtube.com/watch?v=S_ClpntTllw

2. Realización de la actividad de aprendizaje No. 2 Respuesta Padlet Atención o Servicio al cliente.
3. Realización de la actividad de aprendizaje No. 4 Responder Quizz
4. Realización de la actividad de aprendizaje No. 5
5. Por equipos de trabajos desarrollaran la estrategia CRM para la atención a los clientes de la empresa didáctica que funciona en la institución educativa, teniendo en cuenta la base de datos de los clientes frecuentes y potenciales de la organización.
6. Por equipos de trabajo desarrollaran el manual de calidad para la empresa didáctica que funciona en la institución educativa, con las variables establecidas.

- **1. Ambiente Requerido: (1) Aula de clase**

- Materiales:**

- Computadores (35)

- Internet

- Silla (35)

- Escritorio (35)

- Resma de papel tamaño carta (5 unidades)

- **2. Ambiente Requerido: (1) Formación sincronica**

1. Ubique un espacio cómodo con las ayudas técnicas para su aprendizaje.



2. Localice su módem cerca a su espacio de trabajo, así puede garantizar la conectividad permanente del internet.
3. Tener disponible un computador con audio y cámara. **Se recomienda que los encuentros se hagan por computador, ya que las conexiones a través de equipos móviles como teléfono celular o tablets dificulta el desarrollo de las clases.**
4. Instale en su computador las Plataformas Meet y Teams.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Prueba de conocimiento sobre los conceptos vistos en el desarrollo de la guía, se realizara en la plataforma Territorium.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Prueba de Conocimiento Evidencias de Producto: <ul style="list-style-type: none"> ✓ manual de calidad para la empresa didáctica ✓ la estrategia CRM para la atención a los clientes de la empresa didáctica. ✓ la estrategia de Marketing Digital para la atención de los clientes. ✓ estudio de casos las estrategias generadas por medio de los sistemas CRM y SAV 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentar el servicio al cliente de acuerdo con las políticas y la trazabilidad - interpretar el manual de procesos y procedimientos de la organización, para el servicio al cliente. - identificar la secuencia histórica o trazabilidad del servicio al cliente - registrar los clientes que ingresan a la organización - conservar la documentación relacionada con el servicio al cliente <p>Aplicar los estándares de calidad establecidos por la organización durante la atención y el Servicio al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificar las partes que constituyen el portafolio de servicios - identificar el protocolo para la elaboración del portafolio de servicios - aplicar el protocolo en la elaboración del portafolio de servicios - identificar los servicios que presta la organización, a través del portafolio de servicios. - interpretar las normas de gestión de la calidad, en cuanto a mejora continua en el servicio. - aplicar las normas de gestión de la calidad, en cuanto a mejora continua en el servicio. - determinar el tiempo de atención y de servicio al cliente - controlar el tiempo de atención y de servicio al cliente <p>Interpretar el vocabulario técnico, relacionado con las partes que conforman el Portafolio de servicios de una organización.</p> <p>Aplicar el vocabulario técnico en la elaboración del portafolio de servicios de una</p>	<p>Lista de chequeo Prueba de Conocimiento</p> <p>GFPI-F-135 V01</p>



	<p>Organización.</p> <p>Expresar con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificar las inquietudes y necesidades del cliente: quejas, reclamos, sugerencias - interpretar las inquietudes y necesidades del cliente: quejas, reclamos, sugerencias - aplicar las normas y procedimientos en los procesos de comunicación empresarial - canalizar con claridad y precisión las inquietudes y necesidades de los clientes: quejas, Reclamos y sugerencias. - aplicar los guiones telefónicos en el manejo del call center <p>Identificar e interpretar el vocabulario y los estándares de calidad establecidos por la Organización, durante el proceso de atención y servicio al cliente.</p> <p>Aplicar el vocabulario técnico, para expresar con claridad y precisión los mensajes de los Clientes, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos por la organización, Durante el proceso de atención y de servicio al cliente.</p> <p>Resolver el asunto demandado por el cliente, generando alternativas de solución</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificar el problema y los pasos para la solución de problemas. - interpretar los pasos para la solución de problemas - aplicar las normas internas y externas de la organización, para la satisfacción del cliente <p>Identificar e interpretar el vocabulario técnico.</p> <p>Resolver las inquietudes y necesidades del cliente en forma oral o escrita, en español.</p> <p>Aplicar el vocabulario técnico, relacionado con la elaboración de tarjetas, cartas de Invitación y agradecimiento, y portafolio de servicios</p>	
--	---	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

Autoestima: es la expresión sin lástima ni complejos así mismo. Un crecimiento personal sin evaluaciones ni chantajes hacia los que nos rodean.

GFPI-F-135 V01

BUZÓN DE SUGERENCIAS: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.



CLIENTE: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

DISPOSICIÓN: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

EMPATIA: La empatía es la capacidad psicológica o cognitiva de sentir o percibir lo que otra persona sentiría si estuviera en la misma situación vivida por esa persona. Viene de un término griego que significa "emocionado". Consiste en intentar comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.

EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades

ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevara a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

SERVICIO: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

SISTEMA: es la forma de manjar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

VALOR AGREGADO: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.



VISIÓN: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Boletin%2043%20CRM.pdf>

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/137126_1_VIRTUAL/contenidos/oas/oas/oas/oa_trazabilidad/oc.pdf

<https://www.isotools.org/2015/04/02/que-contenidos-debe-tener-un-manual-de-la-calidad/>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Yuleny Arcila Vasquez	Instructora	Comercio y Servicios Regional Risaralda	Febrero 1/2017

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Sandra Milena Naranjo Flórez	Instructora	Comercio y Servicios Regional Risaralda	Abril 2020	Adaptación en el nombre del Proyecto, Actividad del proyecto y la Fase del mismo, para la ficha de grado 11.

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Francia Elena Mena Campaña	Instructora	Comercio y Servicios Regional Risaralda	Abril 2021	Actualización contenidos para consultar en internet y direccionamiento a la plataforma virtual.