1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Servicio al cliente
- **código del Programa de Formación:** 13530025
- **Nombre del Proyecto (si es formación Titulada**
- **Fase del Proyecto (si es formación Titulada**):
- **Actividad de Proyecto (si es formación Titulada):**

Competencia:

Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H.

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

Versión: 1

- **Duración de la Guía:** 40 Horas

2. PRESENTACION

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA viene contribuyendo al desarrollo Industrial, Económico del País; con diferentes formaciones para los aprendices con un único fin, de que es el de profesionalizarlos. De tal manera que sean muy productivos en cada una de la Empresas.

El Servicio al Cliente cada día que pasa se convierte en una pieza muy importante del plan de Estratégico, más cuando la evolución de la tecnología ha invadido los hogares del mundo con todo tipo de equipos digitales de fácil manejo multifunción y obviamente un no requieren un entrenamiento muy complejo para el ser humano y se continua prestando el servicio al cliente de manera virtual; Hoy las tiendas de todo los tipos de mercado se encuentran en las manos del consumidor, necesitamos hacerlos sentir confianza y respeto independientemente del medio de atención.

Es así pues que se encuentra diseñada la formación complementaria de Servicio al cliente sobre la simulación desde la creación de la empresa y la simulación de situaciones de consumo y definición del perfil del consumidor físico y digital; para que nuestros aprendices lleven a cabo un entrenamiento profesional que responda ante las necesidades del mercado que así lo están requiriendo, con ello aportamos al progreso y desarrollo de las empresas en un mercado globalizado.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Actividades de Reflexión inicial.**



El aprendiz debe reflexionar sobre la importancia y la trascendencia de la prestación de los servicios dentro de la estrategia de mercadeo de las organizaciones con presencia física o virtual.

Cada aprendiz socializara su concepción mental de manera analítica, critica y proyectara su idea a futuro aceptando y compartiendo diferentes puntos de vista.

- **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.**

  Investiga el proceso evolutivo del Servicio al cliente. (Internet).
  Investiga la importancia del Servicio al cliente en el mercadeo y sus componentes.
  Pregunta por los conceptos legales sobre el Servicio al cliente y su manejo.
  Se pregunta por el uso y aplicación del Servicio al cliente presencial y digital en las empresas.
  Se socializa sobre los usos, aplicaciones y tendencias de las redes del Servicio al cliente.
  Se socializa la importancia de la actualización de protocolos dentro del Servicio al cliente.
  Se usa la mesa redonda para debatir las respuestas y generar el consenso de las respuestas y propuestas.

- **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).**

Actividad 1
Nombre de la actividad:

- Dar a conocer el manejo de concepto y aplicación sobre Servicio al cliente.
- Definir los conceptos básicos de promoción y medición del Servicio al cliente.

Actividad 2

Nombre de la actividad:

- Interpretar las partes del plan de Servicio al cliente hasta su ejecución.
- Aplica la normatividad del Servicio al cliente dentro del plan de mercadeo.

Actividad 3

Nombre de la actividad:

- Verifica la efectividad de estrategias de Servicio al cliente dentro del plan de Mercadeo.
- Realizar la plataforma estratégica con cada uno de sus componentes para aplicar el Servicio al cliente.
- Determina las condiciones y características técnicas que enfrenta la empresa interna y externamente sobre el especifico del Servicio al cliente.

Actividad 4

Nombre de la actividad:

- Realiza el plan estratégico de Servicio al cliente basado en la estrategia de mercadeo de la organización.
- Realiza el plan de Servicio al cliente como componente del plan de mercadeo presencial y virtual con sus respectivos protocolos.
- Define las redes y componentes del plan de marketing digital.

Ambiente Requerido: Ambiente de aprendizaje con el equipo de cómputo y conexión a internet.
Materiales: video beam, equipo de cómputo, Agenda, lapicero.

- **Actividades de transferencia del conocimiento**

- El aprendiz identifica los componentes del plan de Servicio al cliente.
- El aprendiz aplica los conceptos de Servicio al cliente.

- Practica sobre la plataforma estratégica creada por el concepto esencial Servicio al cliente.
- Identifica los componentes del Servicio al cliente general y digital.
- Establece diferencias entre Servicio al cliente y Atención al cliente.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño		
Conoce Las características del Servicio al cliente.	Clasifica y reconoce los tipos de clientes.	Lista de chequeo
Reconoce el desempeño de cada estrategia de Servicio al cliente para las diferentes empresas	Clasifica los tipos de acciones a ejecutar de acuerdo a la situación.	Lista de chequeo
		Lista de chequeo
Verifica la de planeación del plan de Servicio al cliente para prever la efectividad del mismo.	Por medio de protocolos reconoce las normas del Servicio al cliente y la interacción personal o virtual.	Lista de chequeo.
Conoce y Respeta toda la normatividad legal vigente del Servicio al cliente utilizadas en el plan de Mercadeo.	Identifica el desarrollo que generan las estrategias de Servicio al cliente en la organización.	Lista de chequeo.
Conoce la importancia del Servicio al cliente en las Empresas	Reconoce el aporte desde su espacio a la organización por medio del Servicio al cliente.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **El protocolo** para la atención y servicio al usuario es un documento guía, dirigido a todos los colaboradores de la Entidad, con el fin de establecer unas directrices generales comprometidas con el servicio y la buena atención al cliente.
- **La calidad**, se observa en la satisfacción de las necesidades y expectativas a través de la prestación de los servicios (desempeño en la prestación, excelencia de los productos y servicios, conocimiento y claridad de la información, cumplimiento de las especificaciones, entre otros).
- **La oportunidad,** en el cumplimiento a lo que el cliente requiere en el momento en que lo necesita (tiempos de respuesta, puntualidad, agilidad en la atención, tiempos de convocatoria), sobre lo que la ORGANIZACIÓN O EMPRESA se ha fijado metas.
- **La atención y disposición** de los colaboradores en términos de calidez y amabilidad (disposición a escuchar reclamos y sugerencias, actitud, respeto, cordialidad, interés por el cliente).
- **La comodidad**, en la disposición de la infraestructura física para la atención de los clientes (facilidad de acceso, calidad de las instalaciones, múltiples canales).
- **El respeto por el cliente**, sus diferencias, opiniones, solicitudes y reclamaciones.
- **Tipos de protocolo:** Presencial, Telefónico, Virtual.
- **Protocolos Especiales: Discapacitados Visuales, Auditivos, Físicos, Tercera edad y Mujeres en embarazo.**
- **CULTURA: Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, etc.**
- **EDUCACION: Transmisión de conocimientos a una persona para que esta adquiera una determinada formación**
- **NORMAS DE CORTESIA: Las normas de cortesía son aquellas que se consideran modales los cuales permiten tener una buena relación social.**
- **Las técnicas de servicio al cliente: son parte de la estrategia empresarial para acercar a tu cliente, para dejar una huella en la memoria de las personas. Si algo recordamos de un buen servicio son las formas de ser tratados.**
- **Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.**
- **Táctica: Conjunto de reglas y procedimientos o métodos que se siguen para conseguir un fin determinado o ejecutar algo.**

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- El Marketing según Kotler
- Cooper/ El Lenguaje de la Locura.
- Jurgen Klaric / Vendele a la mente, No a la gente.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**John Andrés Ospina Moncayo**	**Instructor**	**Regional Quindío - Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 1 de 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					