PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE
- Código del Programa de Formación: 13530025 V 2
- Nombre del Proyecto NA
- Fase del Proyecto NA
- Actividad de Proyecto NA
- Competencia: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
  Resultados de Aprendizaje: PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
- VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN
- Duración de la Guía 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Al hablar de cultura de servicio, se debe reflejar al interior y exterior de la organización, elementos como: comunicación asertiva, respeto a la persona y a la diferencia, transparencia en el actuar, es decir, ambiente sano de trabajo. Sin embargo, algunas organizaciones tienen estructura de servicio y no cultura de servicio, ya que se quedan en la superficialidad de una buena atención, y no se trasciende a la vivencia y al placer de servir. Por esto, se debe trabajar y ver al servicio al cliente como un activo de la empresa,ya que el primer encuentro que tienen los clientes con la compañía no es al adquirir un producto, sino al dirigirse con el personal de servicio al cliente, asi que es por ello que capacitar al personal entorno a no solo trabajar sino vivir el servicio al cliente es el camino al logro de objetivos.
En esta guía están presentes actividades de aprendizaje, que posibilitará el levantamiento de razonamiento mediante trabajo colaborativo, independiente, dinamico y organizacional, para desarrollar en el espacio integral de las capacitaciones entorno al servicio al cliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial
Actividad para reconocer y apropiarse de las características de los cliente, tipos de clientes, características de los servicios Se dará inicio con la presentación del Tema a los aprendices, Haciendo una reflexión y contextualización con la realidad.

Para esta actividad se realizará una lluvia de ideas donde los aprendices expresaran su concepto sobre cómo se hace la asignación de precios a los productos y servicios teniendo en cuenta las actividades del mercado y las estrategias para la fijación de precios por parte de las organizaciones, ante ello se hacen interrogantes a los aprendices relacionados al tema a tratar:Ante la anterior aseveración realice una reflexión en torno a:
¿Qué tipo de cliente le gustaría que llegara a su unidad productiva?

¿Explica el porqué de tu elección

Actividad 1
1) Descripción de la actividad: luego de la socialización por parte del docente, e intercambio de ideas con los aprendices, realizar un mapa conceptual donde se refleje los factores que abarca el servicio al cliente.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

2. Descripción de la actividad: luego de la socialización por parte del docente, e intercambio de ideas con los aprendices, realizar un mapa conceptual donde se refleje los factores que abarca el servicio al cliente.
Producto: Construya su propio concepto de servicio al cliente.

3. Nombre de la actividad: Reflexionar en torno a los tipos y técnicas de servicio al cliente.
Descripción de la actividad: realizar de manera virtual un webquest o un test virtual, donde se evalue según los puntos o preguntas acertadas el grado de compresión del tema explicado.
Producto: Para la próxima clase investigue otras técnicas que puedan aplicarse para ofrecer un buen servicio al cliente.
Nombre de la actividad: Estudiar las cuatro formas de servicio al cliente que se debe tener cuenta en el 2021.
Descripción de la actividad: observar el video , el servicio al cliente importa, luego socializa tu opinión en cuanto al caso presentado y diga que haría usted como trabajador del área de servicio al cliente de cualquiera de las dos escenas en lugar de lo que sucedió en el video.

Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=8_44RXLw6Ys&ab_channel=PeliculasMel

Producto: en grupo de dos investigue un caso exitoso de servicio al ciente y socialicelo en clase.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y teorización)
4. Nombre de la actividad: describir aspectos fundamentales del servicio al cliente.
Descripción de la actividad: realizar una caza de tesoros, todos tendrán cinco preguntas cuyas respuestas estarán escondidas en diferentes recursos bibliográficos, el primero que enuentre la totalidad de respuestas en 30 min, y luego de comprobar que esta todo correcto, queda excento de realizar la tarea en casa.
Preguntas:

1. ¿Cuándo se habla de utilidad en líneas generales, cual es la respuesta más sencilla?

Rta: la fidelización de clientes.
2. ¿Qué busca el servicio al cliente?
Rta: el servicio al cliente busca hacer sentir a gusto a los usuarios con su interacción y relación con una compañía o marca para que nunca la olviden y siempre la consideren una de sus principales alternativas de compra.
3. ¿Ques es el ciclo del servicio al cliente?
Rta: Es una panorámica general con los momentos de la verdad, conformado por los contactos, acciones, pasos y detalles que el cliente experimenta para la obtención de un producto o servicio de su interés.
4. ¿Qué objetivo tienen el procedimiento preferencial de servicio al cliente?
Rta: Este procedimiento tiene como objetivo general conocer cuáles son las preferencias de los clientes, que los condicionan para la selección de sus suministradores y se propone su obtención sobre la base de la medición de la calidad del servicio percibida por éstos.
5. ¿Qué es un embajador de marca?
Rta: Se trata de la representación humana de una marca, es decir, alguien relevante que personifica lo que se quiere transmitir al público.

. Enlaces para la caza de tesoros:

- https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/
- https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84911652051
- https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225117943007

3.4 Actividades de transferencias del conocimiento

Producto: socialización de la actividad.
5) Nombre de la actividad: Analizar la fidelización de clientes.
Descripción de la actividad: Mediante socialización explique la importancia de fidelizar al público externo de la empresa.
Producto: Realice estrategia de fidelización para clientes de una empresa de telefonía, puede ser para cualquier empresa de Colombia, ejemplo: claro, tigo o movistar.

Ambiente Requerido: Aula virtual factible y dispuesta para el curso, plataforma Google Meet.
• Materiales: dispositivos tecnológicos, celular, Tablet o pc, conectividad, material para apuntes.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Prueba de conceptos y principios **Evidencias de Desempeño: Exposición de conceptos y principios.** **Evidencias de Producto: Realización y puesta en marcha, mediante ejercicio de carácter empresarial enfocado al marketing, donde evidencie todas las técnicas aprendidas.**	**Realizar atención al cliente cumpliendo con protocolos del canal, realiza seguimiento a resultados de satisfacción teniendo en cuenta protocolos de la organizacion**	**Test virtual.** **Lista de chequeo** **Mapa conceptual** **Realización de estrategia.**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Fidelización: La fidelización 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.

Ciclo: Período de tiempo que, acabado, se vuelve a contar de nuevo.

Costumer experience: el recuerdo que se genera en la mente del consumidor como consecuencia de su relación con la marca.

Tecnicas: es el conjunto de procedimientos, reglas, normas, acciones y protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la informática, las ciencias, el arte, el deporte, la educación o en cualquier otra actividad.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Organización:Las organizaciones son estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos con el apoyo de las propias personas, o con apoyo del talento humano o de otras características similares.

Consumidor: El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.

Trabajo en equipo: la formación de un equipo empieza al identificar un proceso que requiere mejoras, reconociendo que existe un grupo de trabajo el cual puede facilitar los procesos y minimizar los tiempos de entrega de un servicio.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

¿Qué es el Servicio al Cliente? Definición y características. (2021). Recuperado de:

https://elviajedelcliente.com/academia/servicio-al-cliente-customer-service

- **Corrales, J. A. (2020). Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas**

exitosas? [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://rockcontent.com/es/blog/servicio al-cliente/

- **Restrepo, C. E., Restrepo, L.S., y Estrada, M. S. (2006). Enfoque Estratégico Del Servicio Al Cliente.**

Scientia Et Technica, XII(32),289-294. Disponible en:

https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84911652051

- **Diccionario de la Real Academia Española. (2020). Recuperado de: https://dle.rae.es/ciclo**
- **Martínez , E., y Lauzardo,R. J. (2006). El servicio al cliente: una necesidad imperante en la calidad**

de la industria. Ingeniería Mecánica, 9(2),49-54.Recuperado de:

https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225117943007

- **Nieto. P, y Pérez. U, R. (2006). Home Sentry: servicio al cliente en lapráctica. Revista Escuela de**

Administración de Negocios, (56),120-124.Recuperado de :

https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605610

- **Sanchez, J. (s.f). El consumidor [Mensaje en un blog]. Recuperado de:**

https://economipedia.com/definiciones/consumidor.htm

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**ADELMIS ARIZA BOLAÑO**	**INSTRUCTORA**	**CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUICOLA**	**AGOSTO 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					