1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE
- Código del Programa de Formación: 13410561
- Código de la ficha: 2409421
- Fecha de inicio:13 de septiembre de 2021, Fecha final: 23 de septiembre de 2021
- Competencia: Facilitar el servicio a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

✓ Solucionar el requerimiento del cliente según principios éticos e institucionales.
✓ Atender al cliente a través de los medios tecnológicos y aplicativos disponibles teniendo en cuenta los protocolos y necesidad del mismo.
✓ Identificar los factores que intervienen en la estrategia de atención y servicio al cliente personalizado de acuerdo con las políticas y estándares de calidad de la organización.
✓ Valorar la implementación de las estrategias de servicio al cliente según la satisfacción evidenciada por el cliente

2. PRESENTACION

Bienvenidos al curso de servicio al cliente.

Como punto de partida, para el desarrollo de las actividades de esta guía, es importante reconocer que todo ser humano debe ser consciente de sus emociones, su personalidad y otros elementos organizacionales y de servicio al cliente que deben conocer para luego controlar; además, debe aprender cómo usarlas en su beneficio, sin caer en comportamientos desafortunados frente al cliente.



Las actividades de aprendizaje que se proponen en esta guía tienen la intención de que usted, reconozca, analice diferentes escenarios y campos de aplicación del servicio al cliente en cualquier tipo de organización.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL

Actividad 3.1.1

1. Supongamos que un cliente se contacta con una empresa para solicitar un pedido especial. La persona que la atiende lo hace de forma muy gentil, amable y servicial. Atiende todos sus requerimientos y hace unos compromisos de entrega acordes con

lo solicitado. El cliente se va feliz, porque fue muy bien atendido. Cuando llega la fecha de entrega del pedido, este no le es entregado. Se comunica con la empresa y allí le indican que hubo un problema con su pedido y no le podrá ser entregado sino hasta dentro de una semana.

¿**Estamos frente a una falla de atención al cliente o de servicio al cliente?**

Determine una alternativa de solución al inconveniente presentado.

2. Teniendo en cuenta el término que le correspondió, realice una definición con sus conocimientos previos, luego investigue la definición real y por último construya una definición según la investigado y su definición propia.

TERMINO	DEFINICIÓN PERSONAL	DEFINICIÓN INVESTIGADA	DEFINICIÓN CONSTRUIDA DP+DI
Servicio al cliente			
Atención al cliente			
Necesidad			
Deseo			
Cliente			
Satisfacción			
Planeación estratégica			
Momentos de verdad			
Ciclo del servicio			
EMPRESA			
Actividad Económica			
Principios corporativos			
Misión			
Visión			
Queja			
Reclamo			
Sugerencia			
Fidelización del cliente			
Trabajo en equipo			
Estrategia			

Indicadores			
Objetivo			
Metas			

3.2. ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACION E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE:

Actividad 3.2.1

Presente un producto y defina:

- Qué necesidad satisface
- Genere deseos de comprar el producto desarrollando estrategias que integren otras necesidades.

3.3. ACTIVIDAD DE APROPIACIÓN

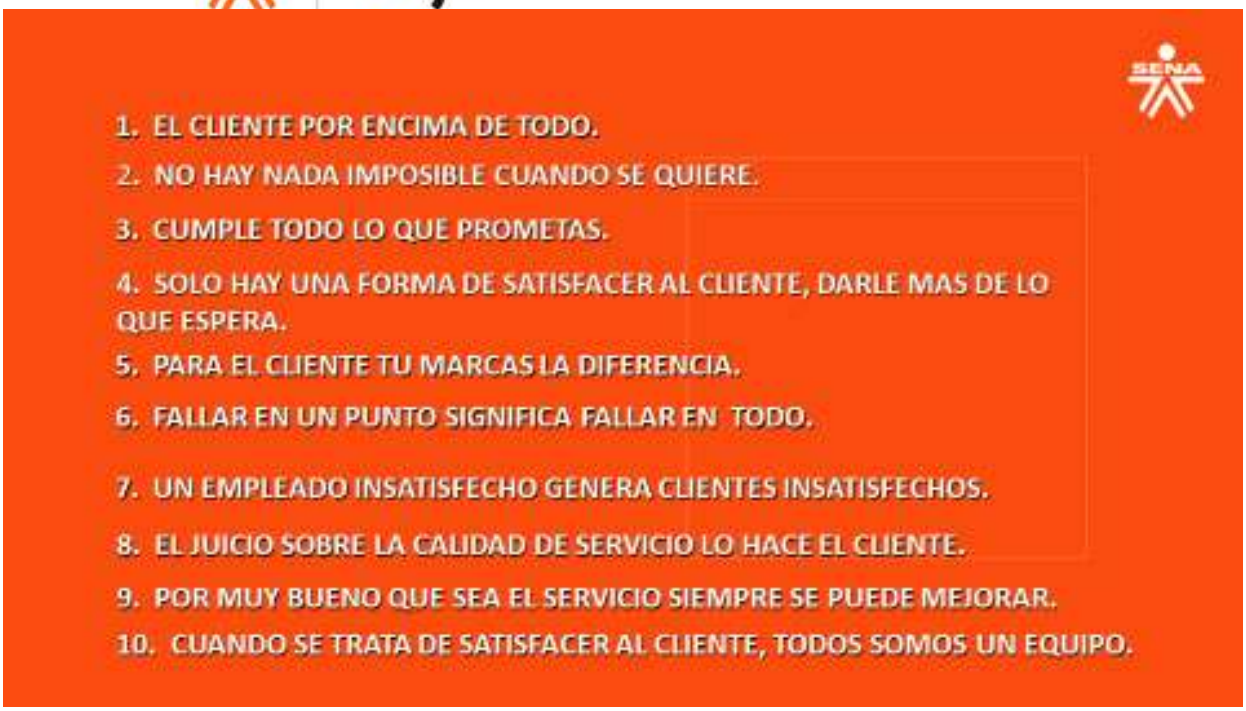
Actividad 3.3.1

Determine dos expectativas de los clientes y defina para cada una de ellas un requisito que debe cumplir para dar cumplimiento a esa expectativa. Pueden apoyarse en el ejemplo que se menciona a continuación.

EXPECTATIVAS	REQUISITO
Conocer las funciones y el uso adecuado del producto	Asesoría sobre el uso adecuado del producto.
No tengan un retardo en la entrega del producto.	Entregar el producto en el Tiempo estimado y en condiciones adecuadas.

Actividad 3.3.2

Según el mandamiento asignado por el instructor, lea la presentación sobre el tema, responda la pregunta respectiva y socialice en el ambiente virtual.



Debe apoyarse en la presentación compartida por el instructor.

Actividad 3.3.3

Cada día, las personas se preocupan por tener más información sobre el tema de las relaciones interpersonales, para utilizar estos conocimientos a favor y en pro de mejorar la calidad de nuestros servicios en la organización.

Para introducirse en este importante eje temático observe el video “Momento de verdad servicio al cliente”, el cual puede revisar en la siguiente dirección electrónica.

https://www.youtube.com/watch?v=GXjaoUVT0RA&ab_channel=AlejandraElizabethMartinez

Después de observar este video, responda:

¿Cuáles son las tres claves que nos enseñan?
¿Qué técnicas se pueden utilizar en cada una de las claves?
A título personal, refiera según su experiencia, alguna otra técnica que se podría implementar para llevar eficientemente estas claves.

Actividad 3.3.4

Es necesario conocer el ciclo de servicio al cliente para brindar una experiencia óptima para ello debemos.

1.Identificación de los puntos críticos o “momentos de la verdad”.
2.Definición de requerimientos o aquello que requiere un cliente en cada momento.
3.Creación de estrategia y elaboración del plan de acción

Teniendo en cuenta lo anterior y lo visto en el aula virtual.

1. Defina el ciclo del servicio de la empresa en la que labora.
2. Extraiga cada momento del ciclo de servicio y lístelos en la columna ruta del cliente de la tabla.
3. En la columna con nombre plan de acción, defina una estrategia para satisfacer al cliente en ese momento del ciclo de servicio.
4. En la última columna, declare el responsable de dar cumplimiento a esa estrategia

Ruta del cliente	Plan de acción de la empresa	Responsable

Actividad 3.3.5

En grupo, diseñe una encuesta de satisfacción, de percepción o formato de PQRSF

Actividad.3.3.6

Consulte y comparta en aula virtual la misión, la visión, los valores y las políticas de la empresa donde labora.

Teniendo en cuenta cual es la estructura de un objetivo, realice para la empresa un objetivo y defina un programa para llevarlo a cabo.

Actividad 3.3.7



Realizar un comic donde se refleje el tipo de cliente y cuál sería la mejor forma para atenderlo.

Actividad 3.3.8



Consulte el material de apoyo con nombre Netiqueta y realice una opinión sobre cómo estas normas nos ayudan a mejorar el servicio y atención al cliente en nuestra empresa.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: Compendio de actividades	DETERMINA MOMENTOS DE VERDAD DE ACUERDO CON CICLO DE SERVICIO	**Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo **Técnica de valoración:**

Evidencias de Conocimiento: Prueba de conocimiento	REALIZA ATENCIÓN AL CLIENTE CUMPLIENDO CON PROTOCOLOS DEL CANAL REALIZA SEGUIMIENTO A RESULTADOS DE SATISFACCIÓN TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN	Observación directa **Instrumento de evaluación:** Cuestionario de preguntas

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.

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.

CADENA DE SATISFACCIÓN: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

CICLO DE SERVICIO: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

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.

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.

ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

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.

ÉTICA: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

INSATISFACION: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

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

MOMENTO DE VERDAD: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

MOMENTO ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

MOMENTO CRÍTICO: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que está acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinad 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.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo, pero hacerlo bien.

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 BILBIOGRÁFICOS

Peralta, S. W. M. (2009). Estrategia de servicio al cliente. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from http://www.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co

Publicaciones, V. (2008). Aspectos prácticos de la calidad en el servicio. Málaga, ES: Editorial Publicaciones Vértice. Retrieved from http://www.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co