PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE
- **Código del Programa de Formación:** 13410561
- **Nombre del Proyecto:** No Aplica

- **Fase del Proyecto**: Curso complementario

- **Actividades de Proyecto:** No Aplica

Actividad de Aprendizaje: Definir las actividades enfocadas a la satisfacción y atención al cliente en entornos productivos teniendo en cuenta procedimientos, normas y principios aplicables a las organizaciones.

- 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. PRESENTACIÓN

Bienvenidos al curso de servicio al cliente, enfocado al cliente interno y externo.

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 Actividad de Reflexión inicial

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 vida. Para introducirse en este importante eje temático observe el video "Relaciones interpersonales", el cual puede revisar en la siguiente dirección electrónica.

https://www.youtube.com/watch?v=XF9uqmEBaoQ

Después de observar este video, respóndase a sí mismo ¿Qué relación existe entre el trabajo que realiza cada uno y las relaciones interpersonales? Esta es solo un interrogante para que autoreflexione, y socialice con el grupo orientados por el instructor.

3.2. Actividad de Contextualización

Las relaciones interpersonales están marcadas por la comunicación, que es un proceso complejo, de carácter social e interpersonal, en el que se lleva a cabo un intercambio de información, verbal y no verbal, se ejerce una influencia recíproca y se establece un contacto a nivel racional y emocional entre los participantes, que puede definirse como un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

El siguiente video muestra dicho proceso:

https://www.youtube.com/watch?v=93fJzlfLeS8

A partir de la observación del video determine la importancia de la comunicación con los clientes y como debe ser el trato para cada uno de sus clientes.

3.3. Actividades de APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO

No.1 EJE TEMÁTICO: la personalidad



Aprendices, dando inicio a las actividades de apropiación de conocimiento, los invito a participar de la formación que los conducirá al aprendizaje sobre el tema:

La personalidad y sus características.

La presentación visual que se desarrollará tiene conceptos, elementos y puntos de participación activa de manera individual; todo esto estará orientado por el instructor.

Actividad: IDENTIFICANDO LOS TIPOS DE CLIENTES

El cliente debe ubicarse en el centro de nuestras acciones: es la manera inbound (es una metodología comercial que apunta a captar clientes mediante la creación de contenido valioso y experiencias hechas a la medida) de ver a una empresa. Esto quiere decir que todos los departamentos y personas que integran la compañía deben tenerlo en mente para garantizarle una mejor experiencia. Entender los tipos de cliente con los que tratamos e identificar su personalidad son aspectos fundamentales para deleitarlos y fidelizarlos. (tomado de https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-clientes)



Tomado de https://leadsfac.com/marketing/tipos-de-clientes-y-como-tratarlos-para-mejorar-las-ventas/

Teniendo en cuenta la tipología de clientes y en grupos de trabajo colaborativos, desarrollar un organizador gráfico que contenga los siguientes elementos:

TIPO DE CLIENTE	DEFINICIÓN	CARACTERÍSTICAS	COMO TRATARLO	QUE EVITAR CON ESE CLIENTE

La actividad será socializada con los miembros de la ficha para retroalimentar y generar acciones de solución de acuerdo a propuestas o ejemplos de casos planteados y orientados por el instructor.

Actividad: La personalidad de la empresa proyectada en el servicio al cliente

Como hemos visto anteriormente los seres humanos poseemos una personalidad, la empresa también tiene una personalidad que está definida por elementos importantes como la misión, la visión, políticas, valores, objetivos, estructura organizacional, mapa de procesos y otros elementos que igualmente contribuyen a la cultura organizacional.



https://repository.ces.edu.co/bitstream/10946/1207/1/Propuesta_dise%C3%B1o_plataforma.pdf

Veremos temas importantes como: Momentos de verdad, ciclo de servicios y triangulo de servicio que afianzarán de manera importante el componente de actitud y aptitud para mejorar la atención y servicio al cliente que es el objetivo de este curso.

De acuerdo al direccionamiento del tema por parte del instructor frente a los temas mencionados se pide contestar a la siguiente pregunta: ¿Qué surge de la aplicación del triángulo del servicio a los momentos de verdad y al ciclo de servicio?

Para afianzar este tema pueden tener en cuenta los siguientes vídeos:

https://www.youtube.com/watch?v=8_VJiNEckPU
https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM

Recuerda que puedes utilizar un mapa mental o un mapa conceptual para responder a esta pregunta.

Actividad: Estrategias de servicio al cliente

Un buen servicio al cliente es decisivo en el éxito de una empresa, lo que se ve potenciado por el poder que tienen las redes sociales y el voz a voz de los consumidores. Hay compañías que conocen muy bien esa influencia de los clientes en su reputación, y saben usarla a su favor para aumentar el valor de su marca y no es que nunca hayan tenido desaciertos con sus públicos: más bien, han sabido aprovechar estos para reivindicarse, al ofrecer respuestas extraordinarias que se han vuelto virales como estrategias de servicio al cliente. (https://www.triario.co/blog/estrategias-de-servicio-al-cliente)



De manera individual o grupal establecer al menos 5 estrategias de servicio al cliente para una empresa real o simulada, teniendo en cuenta un solo producto o servicio de los que la empresa genera, la actividad va enfocada de acuerdo con la relación de los temas abordados frente a la excelencia y la calidad del mismo

No. 2 EJE TEMÁTICO: Normativa de Atención al cliente, Presentación personal y Protocolos



El servicio de atención al cliente o al ciudadano es el punto principal de interacción, personal, telefónica y/o virtual entre la comunidad y las diferentes organizaciones, el cual le permite a las personas consultar y radicar sus requerimientos y/o necesidades, asociados con el sector específico del que se requiere un producto, un servicio o un beneficio.

- En grupos de trabajo y de acuerdo a la temática abordada de atención al ciudadano, frente a la normatividad, fases de atención al cliente y demás temas actitudinales que se deben tener en cuenta, elabore un flujograma o gráfico que incluya el paso a paso del procedimiento de la atención al cliente o usuario, puede recordar el tema de los momentos de verdad

  Deben describir cada paso desde la Acogida hasta la conclusión de las fases de atención al cliente según la gráfica.



- Igualmente y de forma colaborativa consulten el glosario sobre Atención al ciudadano: Atención, canales de atención al ciudadano, ciudadano, consulta, denuncia, debido proceso, felicitación, participación ciudadana, petición de información, peticiones de interés general y de interés particular, protocolo de atención, servicio de atención al ciudadano, Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano, solicitud, queja, reclamo, sugerencia, tramite, tutela. Esta evidencia debe ser cargada al portafolio del aprendiz.

Aprendices, de manera individual complete la siguiente tabla con la información que usted considere pertinente, de acuerdo al contexto en el que se presenta cada situación o ejemplo:

PROFESIÓN U OCUPACIÓN	CARACTERÍSTICA FÍSICA	COMPORTAMIENTO-ACTITUD	HABILIDAD-CAPAZ DE-CONOCIMIENTO
Arbitro de fútbol	Buen estado físico-atleta	Tolerante Dispuesto	Buen observador Reglas y normatividad actualizada de la FIFA
Chef			
Asesora de maquillaje			
Médico			
Piloto reconocida aerolínea internacional			
Asesor bancario			
Jefe departamento comercial			

Ahora leamos un poco:

La presentación (presencia, imagen, estética) personal es el aspecto con el que se muestra una persona. A partir de ese aspecto el resto de la gente la juzgará, incluso inconscientemente (se estima que en menos de 300 milisegundos el cerebro forma la primera impresión al conocer una persona).
La presencia personal se construye a partir de la vestimenta, aseo, peinado, accesorios, comportamiento, formas de hablar y moverse, como así también aspectos que no pueden modificarse como rasgos faciales, etnia, defectos, etc

¿CUIDO MI PRESENTACIÓN PERSONAL DIARIAMENTE?

Evaluemos nuestra presentación personal y observemos algunos aspectos que son importantes en la prestación del servicio al cliente.



EVALUACIÓN: marque con una X en la casilla correspondiente				
ASPECTO	**SIEMPRE**	**CASI SIEMPRE**	**DE MANERA REGULAR**	**NUNCA**
Mantengo limpio-planchado y ordenado mi uniforme, o ropa de trabajo.				
Lustro los zapatos como medida de protocolo y etiqueta.				
Procuro no consumir alimentos en mi sitio de trabajo.				
Mi cabello luce fresco y corto.				
Corto y limpio mis uñas.				
Cepillo mis dientes después de consumir alimentos.				
Cuido mi lenguaje frente a los clientes y/o usuarios.				
Evito comentarios personales e				

inapropiados frente a los clientes y compañeros				
Luzco accesorios que sobresalgan de la ropa y mi contextura física.				

No.3 EJE TEMÁTICO: Comunicación no verbal



El día empezó como muchos otros para la cuadrilla. Los trabajadores bromeaban y se reían mientras cosechaban. Me correspondió a mí, como su capataz, sacar el valor necesario e informarle a uno de los muchachos que su madre había fallecido. ¿Pero cómo? Finalmente le dije, "Su madre ha muerto, lo siento mucho". El trabajador empezó a llorar violentamente, abrazándose al tronco del árbol frutal en el que había estado trabajando. Otro miembro de la cuadrilla, algo despistado de lo que ocurría, se burló del trabajador afligido.
Rafael M. Montes, Capataz Merced, California

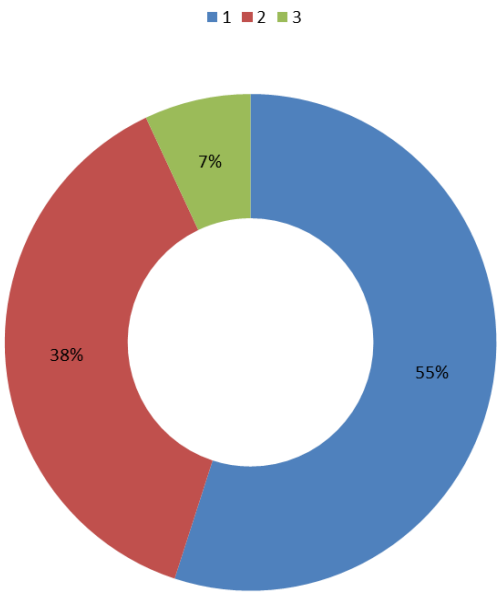
CONCEPTOS Y REFLEXIÓN:

La unidad más básica de una sana interacción humana es la caricia psicológica*. Por medio de ésta le hacemos saber a otra persona que nos hemos percatado de su presencia. Este reconocimiento generalmente abarca una cierta dosis de aprobación. El saludo es la caricia psicológica más común.*

De acuerdo a la dinámica y orientación del instructor se preparan para hacer la actividad evaluativa con el cortometraje 10 minutos

Una vez finalizado la actividad se hace una puesta en común para todos los participantes con experiencias, opiniones y reflexiones al respecto.

SABIAS QUE.....



LA COMUNICACIÓN ES EL RESULTADO DE

1. Del lenguaje corporal: gestos, posturas, ojos, respiración.
2. De la voz y de cómo se habla.
3. De las palabras.

No.4 EJE TEMÁTICO: Empresa vs. Calidad de servicio





De acuerdo con el código de comercio empresa es:

Toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.

Así mismo, existen 3 grandes sectores de la economía, estos son:

Sector primario o agropecuario: el que obtiene productos directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación.
Sector secundario o industrial: está relacionado con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías.
Sector terciario o de servicios: incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.

Las personas tienen personalidad y se les caracteriza por sus pensamientos, acciones, sentimientos y emociones, de igual manera las empresas tienen naturaleza, misión, visión, principios, valores y filosofía. Todo esto les permite diferenciarse de las demás, ser reconocidas y ser rentables, logrando así la sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Para dar un buen servicio se hace imperioso que los clientes internos (colaboradores), conozcan las características básicas de su empresa.

En equipos de trabajo realicen una presentación (recuento resumido) sobre uno de los siguientes temas (escojan una de las empresas a nivel local regional o nacional de la que puedan acceder a datos):

1. Historia de la empresa incluida la misión, la visión y elementos de la plataforma estratégica que considere importantes.
2. Crecimiento y/o evolución de la empresa desde su creación.
3. Empresas destacadas que se dediquen al mismo sector económico de la empresa seleccionada.
4. Cultura de la empresa o políticas, frente a la atención al cliente interno y externo
5. Necesidad que cubre la empresa a sus clientes y posibles formas de evaluar esa satisfacción a sus clientes externos.
6. Características positivas de la empresa, sus productos y/o servicios y su proyección al cliente

Esta actividad debe ser cargada al portafolio de evidencias como producto final.

NOTA: emplee lo aprendido en el curso en relación a comunicación verbal y no verbal.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Actividades frente al rol de cliente interno y externo con prácticas de servicio al cliente.	Identificar con objetividad las cualidades que debe poseer un funcionario que atiende al público y facilita el servicio. Aplica responsablemente las normas de la organización durante la emisión de los mensajes tanto del cliente interno como externo dentro de los procesos de comunicación efectiva. Interpreta responsablemente la cultura de la organización, misión, visión y objetivos interpreta la planeación de los recursos de la empresa relacionados con el servicio con objetividad y responsabilidad.	**De producto:** Lista de chequeo de producto **Técnica de evaluación:** Valoración de producto

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.

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.

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.

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.

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

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Martha E. Bedoya Castaño**	**Instructor**	**Académica**	**Septiembre de 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					