PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación:Tecnico Contabilizacion de Operaciones Comerciales
- Código del Programa de Formación: 1971759
- Nombre del Proyecto: Creacion de una empresa didáctica para aplicar criterios de reconocimientos y medición de los hechos económicos.
- Fase del Proyecto:Ejecucion
- Actividad de Proyecto: Elaborar los documentos soportes de los hechos económicos de acuerdo con políticas contables y normativa.
- Competencia: Atender clientes de acuerdo con procedimientos de servicio y normativa.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

-Aplicar técnicas y políticas de servicio al cliente, según necesidades de los usuarios y normativa.
-Verificar el cumplimiento de atención al usuario, de acuerdo con la política institucional

- Duración de la Guía: 48 Horas

2. PRESENTACIÓN

En toda actividad humana prácticamente el servicio se hace presente e incluso en el hogar, hasta la más grande y pequeña empresa, por tal razón la atención al cliente, se debe de adoptar dentro de nuestra vida llevandola a la práctica con gusto, en nuestra empresa, hogar y con la sociedad en general. El servicio al cliente puede ser presencial, telefónico o por Internet de cualquier forma se puede ofrecer a nuestros clientes, pórque con ellos notaran aun así, nuestro estado de animo, así que una de las recomendaciones es resolver situaciones, sus inquietudes, solicitudes de servicio de acuerdo con los procesos y procedimientos establecidos por la organización convirtiéndose en una gran ventaja competitiva para las empresas porque de esta manera identificamos fortalezas, debilidades, amenazas que nos permiten evaluarnos y reconocer si realmente necesitamos mejorar el servicioo que brindamos a nuestros clientes.

En la presente guía los invito aprendices que juntos aprendamos conocimientos o conceptos claves de la temática de este resultado de aprendizaje necesario y fundamental para interactuar con los clientes de acuerdo con las políticas y estrategias de servicio en las empresas, desarrollando habilidades y destrezas para su desempeño en el ámbito laboral y personal como Tecnicos competentes en Contabilizacion de Operaciones Comerciales y Financiera.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES

3.1.1 Reflexion de motivación:

Preguntas Generadoras:

- ¿Cree usted que las relaciones humanas y laborales, las normas de cortesia influyen en el comportamiento con los clientes?
- ¿Qué preparación considera usted que se debe hacer para atender a un cliente?
- ¿Cómo convertimos las quejas en oportunidades para retener a los cliente?
- ¿Porque las quejas de nuestros clientes representan ventas o utilidades para nuestra empresa?

3.1.2 ACTIVIDAD 2:

Observar el video: La cortesia produce utilidades a la empresas

https://www.youtube.com/watch?v=oljvfxZAf-Y

Realice un ensayo de forma individual sobre el video:
¿Por qué es importante las técnicas de comunicacion, la cortesia y los principios ético en el servicio al cliente?
¿Qué tipos de comunicación y canales de información observa en el video?
¿Por qué la cortesia y la comunicación produce utilidades en las empresa?

3.1.3 ACTIVIDAD 3:

Con ayuda de herramientas didácticas elaborar un mapa conceptual don explique las técnicas fundamentales en el servico al cliente.

3.1.4 ACTIVIDAD 4:

Taller Glosario de términos en el área de servicio al cliente.

3.1.5 ACTIVIDAD 5:

Elaboracion de un cuadro comparativo sobre los tipos y estilos de comunicación que se debemos manejar en las relaciones interpersonales de servicio con los clientes cumpliendo siempre con los protocolos de las empresas.

3.2 Ambiente Requerido: Virtual

.
Computador o celular con accedo a internet, libreta de apuntes, bolígrafo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Identifica tipología de clientes, tipos, tecnicas y estilos de comunicación, técnicas fundamentales en el servicio al cliente. **Evidencia desempeño:** Aplica de manera correcta técnicas en la solución de conflictos para dar solución a situaciones presentadas teniendo en cuenta las técnicas fundamentales en el Servicio al Cliente. **Evidencias de Producto:** Entrega de actividades, Talleres, Preguntas generadoras.	Establece caracterización de los clientes aplicando normas técnicas, tipología, protocolo, canales, actividad económica, técnicas de comunicación, según normativa y políticas de la organización. Reconoce políticas, tipos de clientes, portafolio de productos aplicables en la prestación del servicio de acuerdo con normativa. Aplica el código de ética, según normativa y política institucional. Estructura informes, según normativa y necesidad de la organización.	Formulación de preguntas, observación, cuestionario de prueba escrita y lista de chequeo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

QUEJA: Es la expresión o manifestación que le hace el usuario a la empresa por la inconformidad que le generó la prestación de nuestros servicios.
PETICION: Es una actuación por medio de la cual el usuario, de manera respetuosa, solicita a la empresa cualquier información relacionada con la prestación del servicio.
CONFLICTO: Oposición o desacuerdo entre personas o cosas.
SOLICITUD: Documento en el que se solicita formalmente algo.
COMUNICACIÓN: es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.
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.
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.
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 por que en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.
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.
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.
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.
EMPATIA: Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona.

REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Servicio al cliente:El arma secreta de la empresa que alcanza la excenecia.Libro Cómo Conservar Clientes. Con Un Buen SERVICIO. Service Quality Instiute. John Tschohl. Mexico 2010
Fundamentos de Humanidades. Universidad Nacional de San Luis.
Personalidad e Inteligencia. Morales de Barbenza, Claribel. Argentina – 2005.
Documento de Servicio al cliente. Sena virtual. 2004
Técnicas del Servicio al Cliente. 1995. Sewell, Carl y Brown, Paul.
Clientes para Siempre, Ed. Mc Graw Hill. 1996. Albrecht , Kart y Bradford, Lawrence.
Excelencia en el Servicio. Editorial 3R 1998 Ferré Trenzano, José María.
El cliente y el consumidor, protagonistas del mercado. Editorial Océano, 1ra Edición. España. 2003

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					