PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Básico Mercadeo servicio al cliente
- **Código del Programa de Formación:** 41310317 Versión 1
- **Nombre del Proyecto:** N/A
- **Fase del Proyecto:** N/A
- **Actividad de Proyecto:** N/A
- **Actividad de Aprendizaje:** Identificar las necesidades de los clientes y aplicar soluciones de servicio al cliente internas y externas.

- **Competencias:**

- Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

➢ Aplicar soluciones de atención y servicio al cliente interno y externo, teniendo en cuenta los requerimientos de la unidad administrativa y la organización, para asi generar la colocacion de productos y servicios enfocados en los conocimientod de producto, precio, promocion y publicidad.

➢ Verificar la aplicación de las estrategias de atención y servicio al cliente, cara a cara, de acuerdo con la política institucional y los estándares de calidad establecidos, por medio de tecnicas de ventas enfocados en los elementos basicos de mercadeo.

➢ Identificar las necesidades de atención y servicio al cliente, cara a cara, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos por medio de tecnicas de escucha para asi identificar las necesidades del cliente.

- **Duración de la Guía:20 horas.**

2. PRESENTACIÓN



El servicio al cliente es el componente primordial en la competitividad de las organizaciones. El lograr identificar las necesidades de los clientes tanto internos como externos y saberlas satisfacer, nos garantizan la fidelización de dicho cliente y detrás de este la llegada de muchos más. En el ambiente globalizado y competitivo en el que nos desenvolvemos hoy, las empresas y cada uno de los actores del proceso de servicio al cliente nos vemos obligados a estar en continua mejora y búsqueda de herramientas eficaces y eficientes que nos permitan llegar a prestar una atención casi que personalizada, esto conduce al éxito de las organizaciones.

El objetivo de esta guía de aprendizaje se centra en el reconocimiento de temas orientados a la profundización sbre el mercadeo y servicio al cliente en las empresas. En la presente guía se realizarán actividades que conlleven al entendimiento de temas relacionados por medio de diversas actividades de aprendizaje que proporcionarán conocimientos necesarios para el cumplimiento del objetivo. Los temas que se desarrollaran son: Apariencia , actitud personal , expresión oral y escrita, comunicación con el cliente, trabajo en equipo, normas de cortesia, triángulo del servicio, momentos de verdad, ciclo del servicio, estrategias de atención personalizada: cara a cara, comunicación telefónica, elementos de apoyo, clasificación de los clientes y estrategias de Atención a través de diferentes medios tecnológicos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

Respetad(a) aprendiz, a partir de una experiencia propia de servicio, piense en dos situaciones donde le hayan prestado un servicio adecuado e incorrecto y realice un listado de actitudes y conductas en la atención. Luego participe en el foro LA IMPORTANCIA DEL SERVICIO, respondiendo a los siguientes interrogantes:

¿Considera usted que el servicio hace la diferencia al momento de adquirir un bien y/o servicio?

¿Volvería a comprar en un lugar donde los bienes y/o servicios son más económicos pero el servicio al cliente es de mala calidad?.

¿El cliente siempre tiene la razón?

¿Cree usted que en la región existe una cultura de servicio?

La frase: “NO PAGO POR EL BIEN, PAGO POR EL SERVICIO”, ¿indica que el servicio tiene más valor que el bien? Explique su respuesta.

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

Estimad@ aprendiz

Observe el vídeo "El mal servicio al cliente" link https://www.youtube.com/watch?v=DfNtn1ieQuc.
De manera individual de respuesta a las siguientes premisas e interrogantes:

- Se considera siempre que no hay una segunda oportunidad para una buena impresión en el servicio al cliente.
- Cuál de las siguientes variables considera que es la más importante para un servicio de calidad, Priorice si la respuesta se le dificulta y argumente: La comunicación, la identificación de la necesidad, la presentación personal y fluidez verbal, cortesía, recibir quejas, dar siempre lo que promete, dar valor agregado, ir más allá de las expectativas del cliente.

Escoge un compañero y plantea con el que puede dar respuesta a los siguientes interrogantes, expongan sus ideas ante los demás compañeros.


Fuente de imagen:https://www.shutterstock.com/es/image-photo/female-customer-holding-phone-near-nfc-1492617800

- Escriba cinco frases que describan un cliente. Pregúntese ¿Quién es un cliente?
- ¿Qué es servicio al cliente?
- Identifique seis claves para lograr el éxito mediante el servicio al cliente
- ¿Cuál es la diferencia entre el servicio al cliente y la atención al cliente?

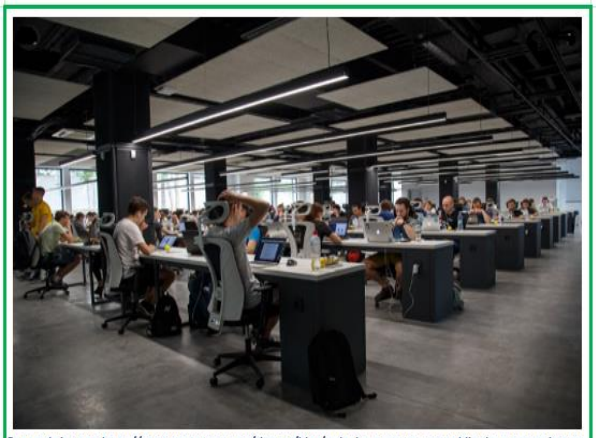
Herramienta: Padlet:
https://padlet.com/eramirez865/icyispp8sf15rfad

3.3. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

Actividad 3.3.1

LA EMPRESA E IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Estimado(a) aprendiz.



Fuente de imagen: https://www.proyectum.com/sistema/blog/todas-las-empresas-estan-obligadas-a-convertirse-en-empresas-de-tecnologia/

Antes de hablar sobre Servicio al cliente, es importante conocer e interpretar la importancia de las empresas, sus distintas funciones y sus interrelaciones con el entorno. Por medio de la aplicación de la técnica didáctica línea de tiempo, individualmente con los lineamientos dados por el instructor realice una descripción de su empresa; definiendo el tipo de empresa, el sector al que pertenece, su misión, la visión, sus valores y objetivos.

Con los elementos solicitados en la sesión sincrónica, elabore una línea de tiempo en la hoja en blanco, al lado de cada elemento debe ubicar el año y una breve descripción del acontecimiento personal, destacando aspectos positivos. Tomar una foto y compartirla en el Padlet elaborado para la actividad denominado "*Como pasa el tiempo en la empresa*", socializar la actividad. https://padlet.com/cesalgado5/Bookmarks

Actividad 3.3.1.2
Trabajo en equipo:

3.3.1.2 Participe activamente con su equipo en el desarrollo de la actividad **DESAFÍO DE LA TORRE:**

Vivenciar:

A través de esta actividad, los aprendices descubrirán las características del cliente relacionadas con la autoeficacia de la *persona:* cumplir compromisos, tomar riesgos moderados, logros, persistencia, autoconfianza y, exigir eficiencia y calidad.

Conforme un equipo de cuatro personas y asuma uno de los siguientes roles:

- Tener los ojos cubiertos (1 persona)
- Tener una mano atada a la espalda (2 personas)
- Tener sus dos brazos atados (2 persona)
-

Construya con su equipo una torre de naipes, lego, espaguetis, la más alta de manera vertical (tome la medida del piso al techo), para ello atienda las indicaciones del instructor. Junto a sus compañeros, defina la estrategia más apropiada para el logro del objetivo. Grabe un video corto mostrando el proceso y el producto.(tambien realizarlo en el ambiente)

Esta actividad se socializa el el ambiente durante la formación del 11 de mayo de 2022 a las 6:oo pm

Duración: 30 minutos

Compartir:

Una vez se finalicen las construcciones con su equipo reflexione sobre:



- ¿Qué sintieron durante el desarrollo de la actividad?
- Si es equipo ganador, ¿qué sienten?
- Si el equipo tuvo la torre más baja ¿qué sienten?
- *Quienes tuvieron el rol de vendado* ¿cómo se sintieron durante el desarrollo del ejercicio?
- *Quienes tuvieron ambas manos atadas,* ¿cómo se sintieron durante el desarrollo del ejercicio?

Duración: 10 minutos

Procesar:

- ¿Qué estrategia se empleó para construir la torre? ¿Tuvo que emplear más de una estrategia? ¿Por qué?

- ¿Se sintió tentado a romper las reglas y salirse de su rol, pese a la advertencia de descalificación? ¿Por qué?
- ¿En algún momento se pensó en utilizar a al compañero vendado para la construcción de la torre? ¿Por qué?

Duración: 20 minutos

Generalizar:

Para construir una versión conceptual conjunta con el instructor efectúe lectura comprensiva del texto "Características de trabajo en equipo del vendedor asociadas a la autoeficacia de la persona" y en plenaria estructurar un concepto global.

Duración: 20 minutos

Aplicar:

Recapitule lo que considera valioso de aprender: *"¿cómo y de qué manera es aplicable a mi vida?"*. Luego, señale en la Diana dónde se ubica en relación a las características personlaes del vendedor s analizadas y en el Diario de Fortalecimiento plantee y registre: *"¿dónde estoy y a dónde quiero llegar?"*.

Duración: 10 minutos

Actividad 3.3.3
SERVICIO AL CLIENTE Y TIPOLOGIA DE LOS CLIENTES


Fuente de imagen: https://www.commercient.com/datos-de-servicio-al-cliente-que-te-sorprenderan/

Es la satisfacción de las necesidades humanas mediante un contacto interpersonal entre quien lo presta y quien lo recibe. Aprendiz observe el siguiente vídeo "Trato con los clientes" link : https://www.youtube.com/watch?v=6MDEi9n0tcU, con base en el vídeo debatamos lo siguiente:

- ¿Trata usted a los clientes como desconocidos o como invitados?, justifique su respuesta
- ¿Cómo puede el servicio al cliente ser transformado en una cultura organizacional?

- ¿Cuál es la parte más difícil en la atención al cliente en el cargo que usted ocupa?

  https://prezi.com/m2wfdownqkve/importancia-de-la-comunicacion-en-la-atencion-al-cliente/



Aprendiz, ya sabe que es un cliente y que tipos de clientes existen. Con el objetivo de fortalecer las capacidades de la atención a los clientes, en los equipos de trabajo designados por el instructor participe en la técnica didáctica la Clínica de ventas, donde deben preparar una dramatización la cual demuestre como abordar los diversos tipos de clientes, que se debe y que no se debe hacer con cada uno de ellos, para esto debe considerar los siguientes aspectos:

- Coordinar la logística de la actividad (Ludica en ambiente de formación)
- Preparar la ambientación y el vestuario
- Cada grupo cuenta con 4 minutos para realizar la actividad

Actividad 3.3.4
IDENTIFICANDO EL MOMENTO DE LA VERDAD Y CICLO DEL SERVICIO


Fuente de imagen: https://www.wowcx.com/que-son-los-momentos-de-la-verdad/

Según Esteban Kolsky director y fundador de ThinkJar, grupo empresarial de expertos en estrategias del cliente “el 86% de los consumidores pagaría más por un producto o servicio si este estuviese acompañado de una experiencia mejorada o superior al resto”. Es así, que para garantizar una excelente experiencia, que pueda traducirse en lealtad y referencia de la marca hacia otros clientes o leads “Clientes potenciales”, se requiere identificar y administrar los momentos de verdad que experimenta el cliente**.**
Un momento de la verdad es: El preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Un momento de la verdad, no necesariamente determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (Infraestructura, señalamientos, oficinas, etc) es también un momento de la verdad. Para ofrecer un mejor servicio al cliente , se requiere controlar cada momento de la verdad .

Actividad de identificación del momento de la verdad ; Respetado aprendiz con base en la socialización y exposición del material de apoyo del instructor, relacione los momentos de verdad que se presentan en su área de trabajo**,** clasifíquelos y socialice a sus compañeros e instructor en el próximo encuentro sincrónico

De respuesta a: ¿Cuál es la importancia de un momento de verdad?



https://n9.cl/ii2n7

El ciclo del servicio nos permite visualizar la panorámica general de nuestros momentos de la verdad, identificar el momento de la verdad en el que se participa directamente con los clientes, así como determinar áreas de oportunidad que permitan mejorar el servicio.

El ciclo de servicio es un mapa de los momentos de la verdad que se construye con base a la experiencia del cliente en el servicio. Por ende, es la secuencia completa de los momentos de la verdad que el cliente experimenta al socializar un servicio.

Respetado aprendiz, después de recibir la explicación por parte del instructor con base en el material de apoyo (Ciclo del servicio). Consulte al interior de su organización y elabore una infografía del ciclo del servicio enumerando y describiendo cada uno de los factores del triángulo del servicio y apoyándose en las TIC, socialice a sus compañeros.

Elaboración de manera individual en cualquier medio escrito(power point, Pdf, Word y/o otro medio, subirlo al drive por el siguiente enlace: "https://drive.google.com/drive/folders/1ha6EzVSGV_TjVMNweb_lzk-mFt5xr_Zg?usp=sharing" , entregar el próximo martes 8 de junio y socializar con sus compañeros e instructor..

Actividad 3.3.5
TRIÁNGULO DEL SERVICIO



El triángulo de servicio es un esquema que permite la integración de los cuatro elementos considerados los más importantes en la Gestión del Servicio al Cliente:

La estrategia de servicio
Los sistemas
El personal
El Cliente

Actividad: Aprendiz, en los equipos colaborativos realice un esquema o representación gráfica del triángulo de servicio en la organización, donde se reflejen cada uno de los elementos. Socialice el producto con los compañeros de formación.

Actividad 3.3.6
IMPLEMENTAR NORMAS DE CORTESIA

En el ámbito empresarial los clientes son la principal fuente de ingresos de la empresa, el trato debe ser lo más correcto posible en todo momento. Una mala contestación o atención, puede hacer que perdamos el cliente.

El teléfono se convierte en una de las principales puertas de ingreso de nuestros clientes, es por esta razón que el servicio al cliente que brindemos por medio de él debe ser el mejor, aprendiz l@ invito a ver los siguientes videos:

7 claves de la atención telefónica: https://www.youtube.com/watch?v=wSS-GU67OEY

Retos que se presentan en los CALL CENTER: https://www.youtube.com/watch?v=GM5xg8tHecI

Protocolo de atención telefónica: https://www.youtube.com/watch?v=JM3iUkWSzMM

Con los lineamientos dados por el instructor, en parejas diseñen un protocolo de atención telefónica, y por medio de la técnica didáctica “juego de roles” represente la adecuada atención que se le debe prestar a un cliente telefónicamente.

Como complemento de la actividad observe el cortometraje “Diez Minutos” el cual encuentra en el siguiente Link https://www.youtube.com/watch?v=gwmFszGS-X0. De manera individual responda el taller entregado por el instructor.


Fuente de imagen:https://www.shutterstock.com/es/image-photo/smiling-business-woman-bank-manager-job-1437231716

Reunase en parejas y consulten el siguiente video y posteriormente realice una lúdica representada en un video de no mas de 2 minutos en donde reflejen por lo menos tres (3) tips de expresión corporal , el grupo de compañeros de estudio trataran de acertar sobre que tips el que se esta representando en dicho video.

Este video debe ser enviado posteriormente al tutor para su evidencia en plataforma territorium. (Google Drive) Enlace del video:

https://www.youtube.com/results?search_query=tips+de+expresion++corporal+de+servicio+al+cliente

Actividad 3.3.7
IMPLEMENTAR NORMAS DE CORTESIA


Fuente de Imagen:https://www.shutterstock.com/es/image-photo/waitress-taking-order-79402546

"Todo negocio es un negocio de servicios: su empresa no es una empresa de productos químicos, es un negocio de servicios de productos químicos". Philip Kotler

Con base en la orientación de instructor y consultas en la Web, y los diferentes grupos de trabajo ya asignados, procesa e elaborar una presentación y/o un dramatizado donde logre plasmar las normas y frases de cortesía mas usada al momento de interactuar con un o varios clientes.
Nota: logre que todo el grupo pueda expresar su habilidad para aplicar las normas de cortesía.

Actividad 3.3.8

TÍCNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE :
El servicio al cliente no debe ser solo un departamento: debe ser toda la empresa». **Tony Hsie.**


Fuente de inagen: https://administracion182.files.wordpress.com/2013/03/servicio-cliente1.jpg

Respetado aprendiz de manera autónoma tenga en cuenta la explicación del tutor y la exposición de las técnicas de servico al cliente y con base en el material de apoyo y elabore estrategias en su ambiente de trabajo que le permitan mantener sus clientes interno y externos felices.,

Trimpo de entrega 30 "

Actividad 3.3.9

EVALUACIÓN DE SERVICIO AL CLEINTE :

Miedo a la experiencia del cliente "



"Logramos darle la vuelta al negocio … solo que en la dirección equivocada" Gómez David, 217 (pag 209) , aquí, Gómez nos quiere indicar que debemos en algún momento la empresa debe comenzar a gozar de los beneficios de la preferencia de su marca teniendo en cuenta sus indicadores de manera muy positiva de manera global como pueden ser :

- Precio de la acción mejorando gradualmente
- Cumplimiento de las metas de ventas anuales
- Mejora del precio de venta promedio.
- Crecimiento por encima del promedio de la industria.

Indicadores específicos :

Resultado esperados que están vinculados directamente a la estrategia de servicio al cliente:

- Disminución en al rotación de personal.
- Net Promoter Score (varia según el estándar de cada industria; entre 50% y 80% se considera bueno).
- Tasa de retención del cliente (renovaciones, frecuencia de compra, tiempo de permanencia).
- Menciones positivas en redes sociales.
- La experiencia del cliente es la próxima frontera competitiva y los estudios lo confirman, De acuerdo a Garner, 89% de las empresas esperan competir en experiencia de cliente, además predice que mas del 50 % de las organizaciones implementaran significativos cambios en sus modelos de negocio , buscando mejorar la experiencia del cliente.

- En resumen anticiparse a las necesidades y fortalecer la presencia digital es fundamental par responder a las crecientes demandas de lo clientes" Gómez David, 217 (pag 212)

- **Cinco reporte esenciales para mejorar el servicio al cliente**:

- 1. Preguntas frecuentes (FAQ)

- 2. Listado de casos pendientes

- 3. Tiempo de respuesta

- 4. Calificaciones o puntajes de tus colaboradores

- 5. Cantidad de casos recibidos

Actividad 3.3.9.1 – **Transferencia de conocimietno**: Nivel de satisfacción Ante lo que experimenta el cliente, en donde el aprendiz con bse en la explicación del instructor y el apoyo con los graficos en Excel , elaborara una encuesta con por lo menos 3 variables que pueda evaluar teneindo en cuenta los criterios de evaluación y realizar el análisis y su respectiva grafica , dando sus recomendaciones de mejora en el proceso de servicio al cliente-.

Duracion 40 minutos.

Saocialicela ante sus demás compañeros y el instructor .

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: Clínica de ventas tipología de clientes **Evidencias de Conocimiento:** Taller sobre la comunicación en las organizaciones	Identifica con objetividad las cualidades que debe poseer el empleado que atiende público y facilita el servicio. Reconoce de manera honesta sus cualidades y facultades y la importancia en el desarrollo personal, laboral y profesional. Aplica rigurosamente el protocolo de acuerdo con la ocasión, el lugar y las personalidades que intervienen en ella. Describe con objetividad los momentos de verdad durante el ciclo del servicio al cliente interno y externo. Elabora un plano del servicio que incluya: puntos de interacción con los clientes, actividades que realiza el personal de contacto con la clientela pcc, actividades entre bambalinas, procesos de apoyo (elementos tangibles que intervienen en el servicio). Identifica las posibles fallas en cada etapa del cliente. Identifica con objetividad las cualidades que debe poseer el empleado que atiende público y facilita el servicio a través de los medios tecnológicos. Expresa con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes.	Técnica de Evaluación: **OBSERVACIÓN DIRECTA** Instrumento de Evaluación: **LISTA DE CHEQUEO** Técnica de Evaluación: **FORMULACIÓN DE PREGUNTAS** Instrumento de Evaluación: **LISTA DE CHEQUEO**

Evidencia de Producto ; **Diligenciamiento del formato de protocolo de servicio al cliente en su puesto de trabajo**	Elabora una nota de prensa.	Técnica de Evaluación: **FORMATO – COSNTRUCCION DE PROCEDIMEITNOS PASO A PASO.** Instrumento de Evaluación: **LISTA DE CHEQUEO**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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.

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.

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

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.

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.

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.

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.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Resnik, Paul. (1997). Management para pequeña y mediana empresa. Colombia. Mac Graw Hill. P.

ALONSO, J. (1999): Comportamiento del Consumidor. 2ª edición revisada y ampliada. Editorial Esic.

ESTEBAN, A. (1997): Principios de Marketing. Esic.

SANTESMASES, M. (2001): Marketing. Conceptos y Estrategias. 4ª edición. Pirámide

Renart, L., Francesc Parés y Carles Cabré (2003), «El espectacular éxito de HP

En Designjet Online», Harvard Deusto Marketing y Ventas, diciembre

Prieto Herrera, Jorge Eliécer. (2014). Gerencia del servicio: La clave para ganar todos. Colombia. ECOE EDICIONES.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Edinson Ramirez Montoya**	**Instructora**	**Comercio y Servicios – Regional Valle**	**Mayo 11 de 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

1. Empresa e importancia de las comunicaciones en las organizaciones
2. Tipología de los clientes
3. Protocolo de servicio al cliente en llamada telefónica
4. Ciclo del servicio y momentos de verdad
5. Triangulo del servicio
6. PQR y tecnología en servicio al cliente
7. El valor agregado del servicio