SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS
REGIONAL CAUCA

TECNÓLOGO INFORMACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

260101042-REALIZAR LA INTERACIÓN CON LOS CLIENTES DE ACUERDO CON EL SERVICIO, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA (192 HORAS - 135 HORAS REALES)

Guía de Aprendizaje

Resultado de Aprendizaje 1: PLANEAR LA EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES PARA LA INTERACCIÓN CON CLIENTES, TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y LAS POLÍTICAS DE SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

Para entender el mundo empresarial, es necesario no solo conocer su entorno social, económico, político y cultural, sino también, saber ejecutar de manera exitosa la interacción entre nuestra empresa y nuestros clientes , la comunicación hace parte de ello y es muy necesaria a la hora de interactuar con nuestros consumidores, siempre y cuando tengamos en cuenta las estrategias de marketing que el mundo actual y el avance de la tecnología nos permite alcanzar esos objetivos de interacción de forma más efectiva y eficiente.

Las políticas de servicio de una organización son necesarias para una exitosa elaboración de un plan de atención al cliente, ya que se estipulan de forma escrita y clara en la empresa, gracias a eso los empleados ya saben que se espera de parte de ellos y los clientes pueden averiguar los lineamientos de atención que les puede brindar la empresa a la hora de hacer contacto con nuestra empresa.

Reflexión Inicial.

El buen manejo de la interacción que una empresa que esta tenga con sus clientes marcara el destino de éxito, por otra parte, donde este lineamiento se haga de forma abrupta bordara el camino hacia el fracaso. A continuación, una frase de un hombre exitoso en el mundo empresarial de las ventas en línea.

“Nosotros vemos a nuestros clientes como los invitados de una fiesta en la que nosotros somos los anfitriones. Nuestro trabajo es hacer que la experiencia del cliente sea un poco mejor cada día”

Jeff Bezos, CEO de Amazon.

Apreciado aprendiz, lo invitamos a realizar una pequeña reflexión inicial acerca de la frase de Jeff Bezos, anteriormente mencionada, en donde de su opinión y argumente su

respuesta a la necesidad que tienen las empresas de una correcta interacción con los clientes.

Actividad 1:

Cuando se habla del proceso de interacción empresa-cliente, es necesario realizarla de forma adecuada y siguiendo unos principios fundamentales basados en el marketing y políticas rigurosas de servicios, por lo Tanto, querido aprendiz desarrolle el siguiente ejercicio teniendo en cuenta los siguientes 4 pasos:

1. **interactuar con los clientes a través de las redes sociales**: contesta sus dudas y promueve campañas para oírlos. Las interacciones en marketing no necesitan solo vender, sino que pueden ser utilizadas para escuchar lo que tus clientes quieren decirte. Fomentar el diálogo con tu público es muy importante;

2. **Dar a conocer la visión y misión de la empresa**: tus clientes quieren conocer un poco mas a tu empresa desde el lado humano y moral, así que es necesario crear una visión y misión.

3. **ser creativo e ingenioso**: es necesario diferenciarse en el mercado. Tu marca puede utilizar las tendencias del momento para estimular o crear contenidos propios que soliciten la participación de tu público.

4. **Crear una campaña de ventas en donde el cliente esté involucrado:** Es decir que el cliente haga parte o se vea involucrado en la creación o diseño de un producto.

De esta manera se crea el siguiente trabajo que el aprendiz deberá realizar:

> Tome o simule una empresa y cree una exitosa estrategia de venta desde el punto de vista de cada uno de los 4 principios mencionados anteriormente.

Resultado de Aprendizaje 2: RESOLVER SITUACIONES DE SERVICIO Y VENTA, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y EL PROTOCOLO DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

La información es un bien que se involucra en todos los niveles económicos, operativos e intelectuales de una compañía, pues ocupa un lugar en la toma de decisiones y la solución de problemas siendo una clave para el desarrollo legal, organizacional y financiero. Como en todo manejo de sistemas existen amenazas y vulnerabilidades que ponen en peligro la información, como lo es la extra información que al final de cuentas no cumple con los

criterios mínimos de calidad de la información y por ende no aportan como lo deben hacer.

En la actualidad la información se ha convertido en uno de los activos más importantes para las organizaciones ya sea por la importancia del conocimiento sobre clientes, procesos, facturación, recursos humanos, obligaciones tributarias entre otros.

Reflexión Inicial.

Estimado aprendiz después de lea y analice la siguiente frase que nos habla de la importancia de los protocolos de manejo de la información de una empresa.

"Si miras cualquier tipo de organización moderna y piensas '¿Cuál es el instrumento de poder más potente?', verás que es la información."

Ricardo Semler, empresario.

El manejo de la información también tiene un gran peso en el área de atención al cliente y la resolución de problemas en el área de ventas y servicios de una empresa debido a que gracias a algunos datos que se recolectan en el protocolo sirven como canal de resolución de problemas y fallas que se presentan en el instante de la atención al cliente.

Tres aspectos a considerar al momento de manejar la información

1. **Confidencialidad**. En este caso se debe priorizar la información que se maneja dentro de una organización, para así categorizar quien tiene autorización a esa data.
2. **Integridad**. Se debe tener un registro del estado de la información almacenada, si esta ha sido modificada de manera intencional o accidental. Se debe hacer con la mayor rigurosidad posible pues podría representar consecuencias tales como:

- Costos adicionales por errores.
- Trabajo duplicado.
- Malas tomas de decisiones.
- Daños de imagen de la marca frente a clientes, sociedad, autoridades y socios.

3. **Disponibilidad**. Se deben cuidar aspectos como el acceso de forma ágil, segura e interactiva para que quienes requieran algún archivo o documento puedan hacer uso de este sin ningún problema.

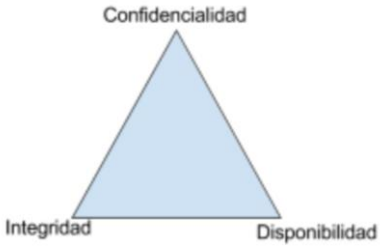


Figura 2.1

Actividad 2

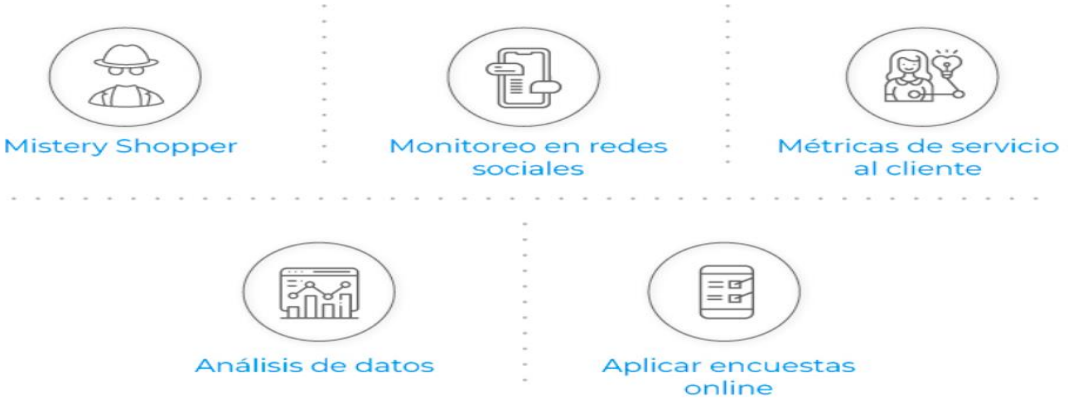
a) Según lo ya mencionado anteriormente sobre el buen manejo de la información escriba 6 ventajas que nos ofrece el manejo de la información, de la misma manera 6 desventajas de no aplicarla correctamente en la empresa.
b) Simule que usted es un empleado de un call center de una prestigiosa empresa de Bogotá, suponga que en el día de hoy recibe una llamada de un cliente insatisfecho con un producto anteriormente comprado. Realice 5 pasos para brindarle una solución oportuna teniendo en cuenta el siguiente video de Guillermo Triana https://www.youtube.com/watch?v=1DfP6Cihy18&ab_channel=GuillermoTriana (ver video en YouTube).

Resultado de Aprendizaje 3: MONITOREAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO, DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

En la actualidad Toda empresa debe contar con un sistema de monitoreo del servicio o producto que esta oferta, debido a que gracias a un sofisticado procedimiento de monitorización podemos mejorar principalmente la calidad del servicio o producto de toda una organización marcando el futuro sostenible a largo plazo.

Reflexión Inicial.

La gran pregunta es como monitoreamos la prestación de nuestro servicio, la respuesta es apaleando a las siguientes acciones:



1. **Mistery Shopper:** es una técnica popular utilizada para tiendas minoristas. Consiste en contratar a una persona que actuará como "cliente encubierto" para probar la calidad de un servicio. Este a la vez se encarga de hacer una evaluación en función de una serie de criterios. Esto permite obtener información detallada sobre cómo trabajan los empleados, el tipo de servicio que ofrecen y como se podría mejorar.
2. **Monitoreo en redes sociales:** Esta es una de las herramientas más contemporáneas utilizadas ya que toda empresa cuenta con al menos una red social. Muchos clientes acuden a ellas porque desean ser escuchados y opinar acerca del servicio que reciben por parte de la organización.
3. **Métricas de servicio al cliente:** Estas estadísticas ofrecen el análisis objetivo y cuantitativo del servicio al cliente en tu organización y te muestran las áreas en las que debes mejorar.
4. **Análisis de datos:** Analizar datos relevantes que nos ayudar a descubrir qué elementos debemos mejorar en nuestra organización, qué es lo hacemos mejor que el resto de las empresas y que actividades estamos haciendo mal. Para esta característica las grandes empresas optan por implantar sistemas de CRM en sus software.

Aplicar encuestas online: Una de las herramientas más utilizadas después de prestar un servicio es la encuesta final, es de gran importancia en el área de monitoreo cuyo resultado es de gran importancia.

Actividad 3:

a) Investigar que es un CRM y para qué sirve.

b) Usted es el Sales Representative de la empresa Aguas del Sur. Su trabajo le obliga a estar largos períodos de tiempo fuera de la oficina visitando clientes, y mantener al día su agenda y las notas es muy complicado. Hace dos días su empresa le comunicó que habían implementado un sistema CRM que le iba a ayudar a

gestionar su día a día. Usted está intranquilo porque no sabe si este sistema se adaptará a sus necesidades o si será muy complicado de utilizar. Te pedimos que realices una visita virtual por el siguiente CRM, **anota todos los puntos en los que este tipo de herramientas puede ayudarte a mejorar la organización del trabajo diario y aumentar tu rendimiento**.

Responder desde el área de ventas y talento humano

Resultado de Aprendizaje 4: EJECUTAR ACCIONES CORRECTIVAS EN EL MANTENIMIENTO DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE, DE ACUERDO A LOS PARÁMETROS Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

Las acciones correctivas son todas aquellas decisiones, medidas, actividades y soluciones orientadas a la eliminación de causas potenciales y reales de un problema. Así mismo atajar fallos y velar por el cumplimiento de las acciones en un proceso de este tipo, es algo que debe realizarse a través de auditorías y acciones puntuales. Para ello, es preciso nombrar a un equipo responsable.

Por lo tanto, la mejor manera de realizar una ejecución correctiva en base a mantener la comunión con el cliente sin salirse de los parámetros establecidos es siguiendo un plan de acción que se debe desarrollar en el tiempo oportuno, siguiendo unos pasos que nos ayudaran a realizarlo de la mejor manera.

Reflexión Inicial.

Estimado Aprendiz a continuación, el siguiente recuadro nos habla de una metodología de gestión de acciones correctivas que tiene como objetivo la mejora constante de los procesos, observa, analiza y cuéntame que te llama la atención de este ciclo P.H.V.A.

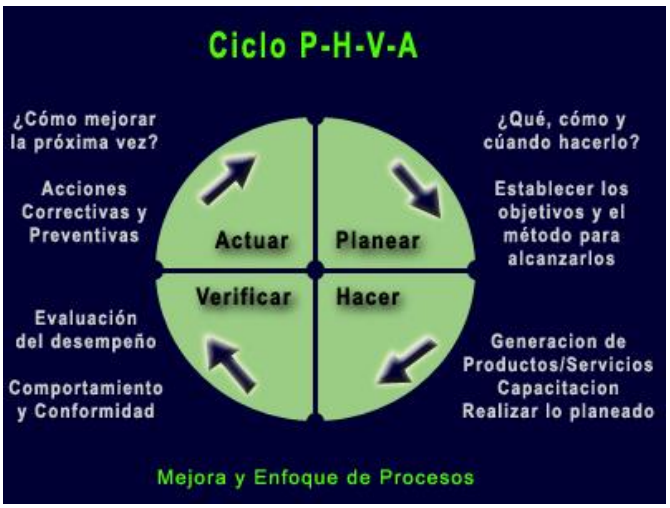


Figura 4.1

Actividad 4

Querido aprendiz lea el siguiente enunciado "*estas a punto de perder la relación con un cliente fidelizado de hace 4 años, la perdida afectaría notoriamente a la empresa, así que la empresa te escogió como responsable para evitar que este cliente deserte*", para evitar que este consumidor se vaya debes aplicar las acciones correctivas del ciclo P.H.V.A para mantenimiento de relación con el cliente.

Realiza el ciclo P.H.V.A teniendo como base las definiciones de actuar, planear, verificar y hacer.