PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE
- Código del Programa de Formación: 13530025
- Nombre del Proyecto:
- Fase del Proyecto:
- Actividad de Proyecto

- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
- Prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización
- Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización

- Duración de la guía: **48 horas.**

2. PRESENTACIÓN:

A través del desarrollo de las actividades planteadas en esta guía se busca Profundizar en el tema de atender clientes de acuerdo con procedimientos del servicio, donde aprenderán la forma de satisfacción del cliente a la hora de obtener nuestros productos o servicios.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE.

- **Reflexión inicial:**
  Prestar servicio al cliente

Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcional

El servicio al cliente consiste en una serie de actitudes y de reglas, pero sobre todo es una forma de ver los negocios para ofrecer una experiencia del cliente sin igual.

Aquí notarás que la diferencia entre obtener usuarios de una sola ocasión y crear una red de clientes satisfechos radica en crear una experiencia sobresaliente. Además, cada uno es un centro de atracción de más personas hacia tu negocio

El servicio al cliente son todas las acciones y esfuerzos orientados a generar una excelente experiencia para los consumidores de manera dinámica y proactiva. No concierne solo a un área de la compañía, sino que cada proceso debe estar enfocado en la satisfacción de las necesidades del cliente.

Beneficios de un buen servicio al cliente

El principal beneficio de un buen servicio al cliente es, naturalmente, para el consumidor, quien se sentirá satisfecho por tu atención y sentirá que su tiempo y dinero habrán sido invertidos correctamente. Pero dar un buen servicio al cliente también conllevará algunas ventajas para tu empresa. Algunas de ellas son:

1. Promueve la imagen de tu marca. Todos queremos ser tratados del mejor modo posible y cuando no conseguimos esto de una empresa solemos quedarnos con un mal sabor de boca. Por el contrario, si ofreces una buena experiencia de servicio, tendrás una gran ventaja competitiva.

2. Facilita procesos. Contar con buenos protocolos de atención y con personal capacitado para dar respuesta a tus clientes es excelente para desescalar problemas y evitar obstáculos a futuro.

3. Aumenta la lealtad. Si ofreces un buen servicio al cliente, este preferirá tu marca y se sentirá parte importante de tu proyecto de negocio. No importa si no vuelve a comprar, será leal a tu compañía y embajador de tu marca.

4. Eleva tus ingresos. Los clientes que están satisfechos tendrán una mayor disposición para comprar nuevamente tus ofertas. Además, debes tener en cuenta que una tercera parte de los consumidores pagaría más por un servicio excelente.

5. Mejora la moral de la compañía. Clientes felices producen empleados felices, que no tienen que enfrentarse a reclamos o devoluciones constantes. Si cuentas con un buen sistema de atención liberas de estrés a tu personal y promueves la creación de relaciones más sólidas dentro y fuera de la empresa.

Características de un buen servicio al cliente

La calidad del servicio al cliente es un elemento multifactorial: depende de la cultura de la empresa, de los recursos disponibles, de la autonomía de los representantes de atención y hasta de la competencia. Aun así, existen algunas características que toda estrategia de servicio al cliente debe tener. Veamos las más importantes.

Está orientado a la satisfacción del cliente

La actitud de atención al cliente está orientada hacia su deleite, por lo que el consumidor debe estar al centro de tu servicio. Esto quiere decir que debe tener un efecto positivo y destacado, con el que las personas sepan que son importantes para un negocio, además de que encuentren respuestas adecuadas y relevantes para sus requerimientos.

Por ello es tan importante conocer el mercado y el perfil de nuestros clientes. De otro modo, no se estarán cubriendo sus expectativas y la empresa no tendrá en mente a personas reales.

- **Actividad de Reflexión:1**
- **Descripción de la Actividad:1**
    - Conforme equipos de cuatro (4) aprendices.
    - Elabore un mapa mental donde describas con ejemplos los Beneficios de un buen servicio al cliente

    - Socialice su cuadro comparativo con los compañeros de formación orientados por el instructor.

Ambiente Requerido: ambiente de formación, mesas sillas, computadores, conexión a internet.

Materiales: lápices, colores, esferos, marcadores, hojas de examen, pliegos de papel, etc.

- **Actividad de Reflexión:2**
- **Descripción de la Actividad:2**

- **Situación Problémica:**
- **Investiga una situación presentada con la mala atención al cliente y consignala en un trabajo esctito,para ser leida en clases y socializada, esta actividad es individual:**
- **En esta actividad le vamos a dar solución al problemas**
- **Vamos a indicar que se debe hacer y que no se debe hacer**
- **Se tomaran medidas para no repetir ese inconveniente**
- **Ser puntuales en los errores cometidos.**

- **Actividades de Contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**

  - Teniendo en cuenta el objetivo de la presente guía de aprendizaje, usted deberá desarrollar competencias orientadas a prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización

  - **Actividad 1 contextualización.**
    Identificar los procesos y procedimientos de las empresas, teniendo en cuenta la calidad de servicio al cliente y la actividad económica de la empresa.

    Descripción de la Actividad:
    - Conforme equipos de trabajo de 4 aprendices.
  - **Actividad 3 contextualización.**

    Indicar las características del servicio al cliente , teniendo en cuenta las herramientas tecnológicas y las fuentes de comunicación utilizadas.

    Responda las siguientes preguntas de forma grupal:

    1- Que es para ti el servicio al cliente con calidad
    2- Beneficios de un buen servicio al cliente
    3- Características del servicio al cliente
    4- Como brindar un servicio al cliente excepcional
    5- De 3 ejemplos de servicio al cliente
    6- Crear un manual de servicio al cliente para tu empresa.

    Ambiente Requerido: Ambiente de formación, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
    Materiales: Lápices, esferos, colores, marcadores, hojas de examen, pliegos de papel, entre otros.

  - **Actividades de apropiación:**

    La actividad propuesta de forma general para esta guía de aprendizaje es:

Utilizar las Tecnologías de la información para elaborar el protocolo de servicio al Cliente enfocados en la satisfacción del cliente.

Proceso de Aprendizaje (subactividades):

Descripción de la(s) Actividad(es)

- **SubActividad 4**
- Actividad 4 Atender Clientes:

Evidenciar los aspectos más relevantes de la atención al cliente.

Descripción de la actividad:

- Esta actividad se debe realizar de forma individual
- En hojas reciclables elabore un mapa conceptual donde establezca en qué consiste la atención al cliente.
- ¿Qué es servicio?
- Tipos y clasificación de clientes
- Características del servicio al cliente.
- Esta evidencia debe ser presentada al instructor(a) para ser evaluada y luego incluirla en el portafolio de evidencias.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Lápices, esferos, colores, marcadores, hojas reciclables, pliegos de papel, entre otros.

- **Actividad 5**

Identificar los elementos que integran el triángulo del servicio con base en la estrategia del servicio diseñada para la empresas.

Descripción de la actividad:

- Conforme equipos de cuatro aprendices.
- Realice una presentación, utilizando carteleras donde evidencie, cuales son los elementos que integran el triángulo del servicio al cliente.
- Caracterice cada uno de lo elementos de forma clara y objetiva, de acuerdo a su importancia.
- Tenga en cuenta que dichos aspectos van enfocados a la satisfacción del cliente
- Al finalizar la actividad, el material elaborado debe ser socializado con los compañeros y al instructor.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.

Materiales: Lápices, esferos, colores, marcadores, hojas de examen, pliegos de papel, entre otros.

El triángulo del servicio es un esquema creado en los 80's por Karl Albrecht, experto y consultor en gerencia del servicio y es la manera en la que algunas empresas han integrado los momentos clave de sus negocios para mejorar la experiencia con los clientes. Permite concebir el servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente.

"La excelencia en el servicio se pude alcanzar mediante el Triángulo del servicio, en el cual se integra una estrategia bien concebida, es decir, se crea una filosofía del servicio que se imparte al personal adecuado, que es el que tiene contacto con el público y que opera sobre unos sistemas amables con el cliente"



El cliente: es el centro del triángulo del servicio, tanto la estrategia como todos los actores del negocio deben girar entorno a las necesidades del cliente y sus motivaciones.
La estrategia: son las tácticas que se fijaron como equipo para cumplir con el propósito y razón de ser del negocio. Proporciona una dirección para ofrecer un servicio de calidad.
Los colaboradores: son quienes deben conocer, entender y aplicar la promesa de servicio al cliente. Son quienes tienen contacto directo con el cliente y por lo tanto deben tener capacitación y formación para ofrecer un servicio de calidad.
Los sistemas: herramientas físicas y técnicas que tienen los colaboradores para la prestación del servicio, deben ser amigables tanto para ellos como para los usuarios.

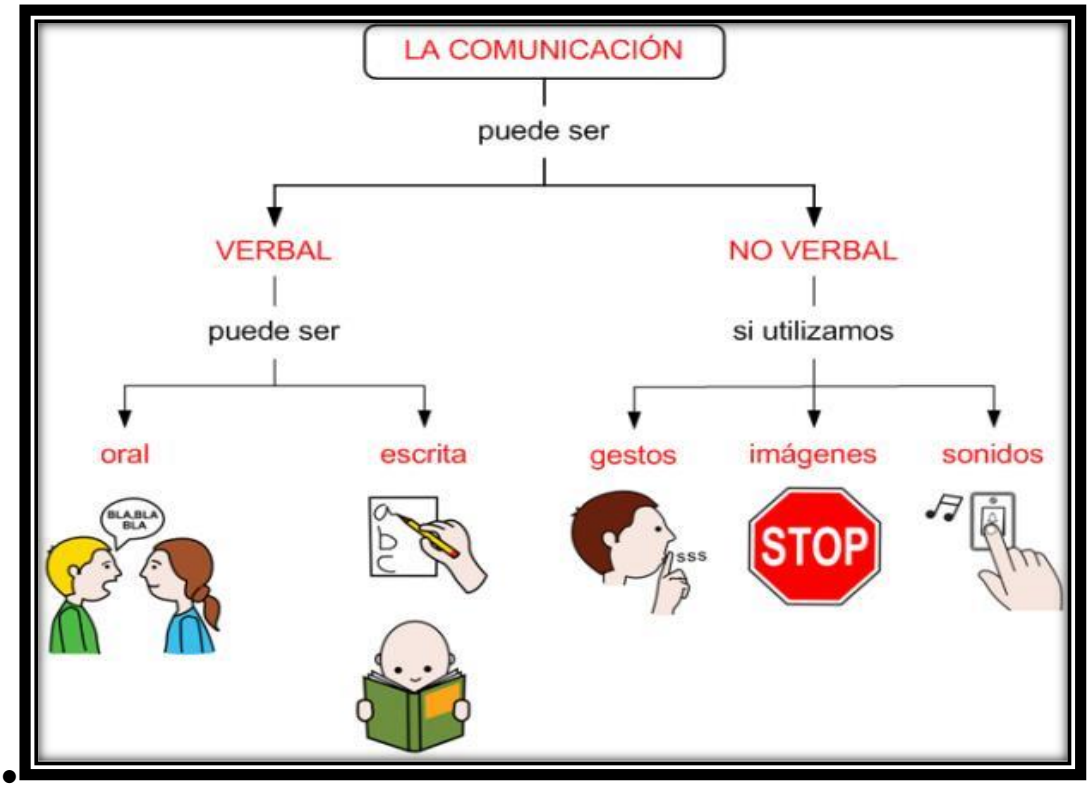
- **Actividad 6:**

Elaborar un protocolo de servicio al cliente , teniendo en cuenta la actividad económica, estructura organizacional y tipos de clientes.

Descripción de la actividad:

- La actividad se desarrollará en equipos de 4 aprendices.
- Elabore un drama de atención al cliente en procesador de texto, tanto de forma personalizada como telefónica.
- Realicen un juego de roles en donde se aplique el drama realizado para la aplicación de los protocolos de servicio al cliente. Tenga en cuenta los pasos que se aplican en dicho protocolo como lo son la recepción al cliente, presentación, indagación del servicio que requiere, la comunicación verbal y no verbal, así como los demás aspectos involucrados en este proceso.
- Socialice su actividad en ambiente de aprendizaje a sus compañeros e instructor.





- **Actividad 7:**

VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN

Habrás escuchado infinidad de ocasiones que la **satisfaccion del cliente es el pilar básico de cualquier negocio**. Y es la pura verdad.

Ayudar a las personas a resolver un problema que tienen o hacerles la vida más fácil es lo que hace que un negocio pueda mantenerse a lo largo de los años.
Sin clientes no existe negocio que valga. Por lo tanto lo importante es la satisfaccion del cliente.
Pero ahora bien, ¿Cómo medir esa satisfacción?
¿Qué valor tendría para ti el saber exactamente qué opinan tus clientes acerca de tu negocio? Algo así como estar en la mente de ellos.
En muchas ocasiones nos lo están diciendo pero no sabemos captar esa información, ni tampoco analizarla.
En este post te voy a exponer estos 7 métodos para medir la satisfaccion del cliente y aproveches la información que está a tu alrededor para saber qué piensan tus clientes.



Fidelización de clientes

La **fidelización** de clientes es **otra variable que te puede dar una idea del nivel de satisfaccion del cliente**.

Esto es un dato que podrás medir fácilmente en tu negocio.

Primero define que es fidelizar a un cliente. Si lo que entregas al mercado es un servicio, yo definiría fidelización si el propio cliente te ha comprado tu solución durante 2 años seguidos o más.

Fidelizar a los clientes es un factor clave para construir un negocio a largo plazo sin realizar unos esfuerzos bestiales año a año para captar una gran cantidad clientes o empezar de cero cada año.

Hay estudios que revelan que cuesta cinco veces más captar un cliente que conservarlo e incluso hacer ese cliente más rentable porque ya confía en la marca.

Índice de quejas / reclamaciones

El número de quejas / reclamaciones aparte de que **te ayudará a llevar una mejora continua** en tu negocio, es un indicador muy útil para conocer que errores estás cometiendo.

A partir de ahí podrás actuar para enmendarlos mediante el estudio de no conformidades **y analizar la satisfaccion del cliente** tras su resolución.
En este punto voy a parar un momento dado que se suele usar el término queja/reclamación indistintamente pero bajo mi juicio son cosas distintas.
Una queja es un descontento puntual que puede tener un cliente por alguna circunstancia determinada que te comunica.
Una reclamación va más allá, representa requerimiento de un cliente porque entiende una situación le ha provocado un daño o un perjuicio.

Desarrolle la siguiente actividad, de forma grupal:

1- **Una queja, que sea puntual y no repetitiva, yo la trataría con una corrección inmediata.**
2- **Una reclamación la estudiaría como una no conformidad**, analizando (además de lo anterior) la causa raíz y estableciendo una acción correctiva para evitar que vuelva a aparecer

Has un mapa conceptual y describe las difeniciones y diferencias entre una queja y una reclamación,escoje la empresa que tu prefieras para realizar esta actividad,esta actividad será socializada en clases , por lo tanto ese mapa conceptual debe ser echo en un acartelera de forma clara y legible, que todos puedan ver la información detallada.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Lápices, esferos, colores, marcadores.

- **Actividad 8:**

Otra de las satisfacciones de los clientes

Felicitaciones de clientes

Vamos ahora a la otra cara de la moneda, **las felicitaciones de clientes**.
Para mí son **«subidones» de adrenalina**, que me ayudan, aparte de conocer la satisfaccion del cliente, a seguir trabajando con incluso más energía para seguir haciendo las cosas lo mejor que puedo para obtener esa satifaccion del cliente.

Además creo que son una oportunidad de oro para pedir al cliente un favor. ¿Un favor?

Sí un favor. Puedes aprovechar para pedirles que si por favor te podrían escribir un testimonio por email con un par de frases de agradecimiento. O puedes pedirles si se grabarían un vídeo contando su experiencia con tu empresa y cómo les has ayudado

Estas pruebas sociales pueden ser un material importantísimo para publicar en la página web de las empresas.
Hoy en día, antes de comprar a proveedores que no conocemos buscamos si existen pruebas sociales de que esa empresa hace las cosas bien: testimonios, experiencias, vídeos, etc

Taller:8

1- Investiga 3 pruevas sociales en la wed , donde el cliente se sienta satisfecho del producto
2- Has realizado tu una prueba social, (testimonio)toma una captura y enseñala a tus compañeros
3- Cual son los productos y empresas con mayor pruebas sociales
4- Descarga un video de pruebas sociales y lo publicas en clases.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Lápices, esferos, colores, marcadores, hojas reciclables, pliegos de papel, entre otros.

5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje competencia:	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

Atender clientes de acuerdo con procedimientos de servicio y normativa		
Evidencias de Conocimiento : Responde cuestionario de los diferentes protocolos y técnicas de atención a los diferentes clientes. **Evidencias de Desempeño** identificar tipos de clientes identificar protocolos identificar ciclo de servicio identificar momentos de verdad aplicar procesos de comunicación **Evidencias de Producto:** .satisfaccion del cliente	• Reconoce los diferentes tipos de clientes de acuerdo a la política institucional. . • Elabora documentos relacionados con la atención y servicio a los clientes, aplicando las normas técnicas y las políticas de la organización. • Evalúa la atención y el servicio prestado usando la libreta de calificaciones, teniendo en cuenta las políticas de la organización.	Taller Mapa conceptual Video socializacion.

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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 importante 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.

INSATISFACCIÓN: 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.

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que esté 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.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS. https://iveconsultores.com/satisfaccion-del-cliente/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)	**MIRTHA MARTINEZ**	**INSTRUCTOR**	**SENA REGIONAL CORDOBA**	**ABRIL 2023**

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

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