PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación: Servicio Al Cliente desde las unidades Administrativas de la Organización.**
- **Código del Programa de Formación: 13530004**
- **Nombre del Proyecto: N/A**
- **Fase del Proyecto: N/A**
- **Actividad de Proyecto: N/A**
- **Competencia:**

Dominar técnicas de comunicación y resolución de conflictos para fortalecer la eficiencia y la calidad en el servicio al cliente.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

1. Identificar los factores que intervienen en las estrategias de atención al cliente, de acuerdo con las políticas y estándares de calidad organizacional.
2. Direccionar el requerimiento del cliente según procedimientos de servicios organizacionales.
3. Atender al cliente a través de los canales disponibles teniendo en cuenta sus características, condición (física humana y social), necesidades de protocolos organizacionales.
4. Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización.

5. Propiciar la solución de las necesidades del cliente según procedimientos de servicio organizacionales.

- **Duración de la Guía:**

48 horas.

2. PRESENTACIÓN:

- **El SENA presenta el curso complementario denominado Servicio Al Cliente desde las unidades Administrativas de la Organización, abordaremos el tema del servicio al cliente desde la perspectiva de las unidades administrativas de una organización. Exploraremos cómo cada departamento puede contribuir a brindar una experiencia excepcional al cliente y cómo se puede fomentar una cultura centrada en el cliente en toda la organización, el cual brinda respuesta a los requerimientos de las empresas para desarrollar altos procesos de cualificación en sus colaboradores. El servicio al cliente es fundamental para el éxito de cualquier organización, independientemente de su tamaño o industria. Brindar un buen servicio puede generar numerosos beneficios, que incluyen mayor satisfacción, mayor lealtad, mejor reputación de la marca. Conforme a esto, se debe implementar estrategias para que las organizaciones presten un excelente servicio al cliente, por ende, establecerá mayor rentabilidad que pueda generar una sostenibilidad a largo plazo.**

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.

Para iniciar su proceso de aprendizaje recuerde momentos en los que usted ha recibido atención por ser cliente, momentos cuando ha realizado compras, cuando ha tomado algún servicio de salud, de educación, cuando ha sido atendido en los establecimientos financieros, etc., teniendo presente estos recuerdos, participe activamente analizando los videos sugeridos, compare sus vivencias y elabore un resumen de cada uno de ellos a través de un mapa conceptual, mapa mental o cuadro sinóptico de una experiencia buena y una mala.

- **CONCEPTO PERSONAL ATECION AL CLIENTE**
- **SOCIALIZACION DE EXPERIENCIAS.**

NOTA: Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el

Aprendizaje, la presente actividad es de conocimiento personal, por el cual usted deberá participar y debatir mediante una socialización en el ambiente de formación con la orientación de su instructora a cargo y el apoyo de sus compañeros.

Evidencia No. 1

Consulte por internet y en el material de formación los siguientes términos:

1. **Clientes.**
2. **Tipos de clientes**
3. **Clasificación de los clientes**
4. **Que es Servicio**
5. **Estándares del servicio**
6. **Triángulo del Servicio**
7. **Temperamento y personalidad:**
8. **¿Qué es el carácter?**
9. **¿Qué es la personalidad?**

¡Primer video atención al cliente APRENDE LAS CLAVES DE SERVICIO!

https://youtu.be/3Kc6eRdy0kY

Segundo video atención y servicio al cliente.

https://youtu.be/5xGoNUkHpZQ

Tercer video Técnicas para atender al cliente con PERSONALIZACION Y EMPATIA.

https://youtu.be/51IMLf7WRn0

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos.

Investigación: Mediante este método el aprendiz deberá reconocer la definición de conceptos tales como:

Servicio, Clientes, Ciclo de servicio, Evaluación de servicio, Comunicación, Libreta de calificaciones, Concepto y manejo de información, Políticas de la organización, Etiqueta y protocolo, Normas de calidad de servicio, Protocolo empresaria, Protocolo internacional, Normas de cortesía, Visión, misión y normas internas de la organización, Portafolio de servicios, Tecnologías de la información y comunicación, Manual de funciones y procedimientos, Expresión oral y escrita, Administración del tiempo, Normas de calidad, Trazabilidad del servicio.

Evidencia No. 2 "Ofrecer atención personalizada a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización".

Desarrollo de la Actividad: Con la ayuda de herramientas didácticas Videos de "YouTube y la orientación de su instructor a cargo; Elabore un mapa conceptual en el cual plasme la ruta de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes, tenga en cuenta y tome como ejemplo una empresa en particular que sea de su gusto.

Material de apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=NThnF9AL14A

https://youtu.be/2Y7ZNbvt8q0

Método de entrega: Presencial.

Objeto de entrega: Mapa conceptual.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Evidencia No. 3 "Atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización".

Técnica pedagógica: Taller teórico-práctico y estudio de casos.
ropósito: Aprender sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real, permitiéndoles así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno.
Material: suministrado por el Instructor.
Ambiente de formación: Convencional.
Descripción de la actividad: teniendo en cuenta los conceptos aprendidos anteriormente desarrolle los siguientes puntos;

Tema No. 1 Elabore un cuadro donde relacione las clases de clientes, sus características y modo de tratarlos.

Tema No. 2 Elabore el triángulo del servicio utilizando dibujos para cada componente y explique cada uno de ellos

Tema No. 3 Determine cuales son los elementos de atención y servicio al cliente.
Material de Apoyo: Para desarrollar los principales puntos encuentre la información requerida en los siguientes links de consulta;

Tipos de clientes https://www.youtube.com/watch?v=8sxeRFsWzWE,

Triangulo del servicio http://www. todomktblog.com/2013/09/triangulo-servicio.html, Elementos de

atención https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-clientel

Objeto de entrega: Tenga en cuenta la descripción de cada uno de los entregables.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Solución de problemas: Con relación a cada uno de los puntos antes vistos en las actividades desarrolladas, compruebe ¿Cómo puede usted aportar estos saberes adquiridos en una empresa?

En su capacidad para tomar decisiones debe plantear y proponer las alternativas necesarias para solucionar esta situación. (Por favor explicar las implicaciones de cada una).

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Conocimiento: **Fundamentos sobre atención y servicio al cliente.** **Evidencias de Desempeño:** **Proceso de atención al cliente.** **Evidencias de Producto:** **N/A**	**Reconoce los factores que intervienen en la atención y servicio al cliente personalizado según tipo de servicio.** **Aplica el protocolo, de acuerdo con la ocasión, el lugar y las personalidades que intervienen en ella.**	**Técnica de Evaluación:** **Formulación de preguntas** **Instrumento de evaluación:** **Cuestionario.** **Técnica de Evaluación:** **Observación directa** **Instrumento de evaluación:** **Lista de chequeo.** **Técnica de Evaluación:** **Valoración de producto** **Instrumento de evaluación:**

	Aplica estrategias de atención y servicio al cliente a través de medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la organización. **Evalúa la atención y el servicio prestados por la organización. aplica las normas de cortesía y de etiqueta en todos los eventos de comunicación, atención y servicio al cliente según protocolos.** **Gestiona las necesidades y requisitos del cliente según protocolos institucionales y principios éticos.**	**Lista de chequeo**

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

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS:

GLOSARIO DE TERMINOS

ACTIVIDAD CULTURAL: Propuestas ofrecidas al público para ponerlo en contacto con los espacios de divulgación y difusión de actos y acciones culturales, o con el patrimonio arquitectónico, histórico, intelectual y artístico.

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.

AUDITORIA: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

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.

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona integra y un ambiente laboral bueno.

DISPOSICION: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

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.

ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

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.

ÉTICA: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización se va creando.

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

GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

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

MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevar a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

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.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinad para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

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.

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo, pero hacerlo bien.

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.

SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.

SISTEMA: es la forma de manejar 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.

VISION: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

1. Ortega, L., "Imagen de artesania canaria", El País-Aguilar, Madrid, 1993.

2. Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio

3. Rodriguez A.,

Colombia-Bogotá. Ed. Legis - Serie Empresarial.

José Luis. (2006, agosto). Seminano La importancia del servicio al Cliente.

Guatemarmol

4. GIL SAURA, Irene, SÁNCHEZ PÉREZ, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios

Empresariales. núm. 15 47-72. ISSN: 1131-6985.

5. ISMI - International Service Marketing Institute. (2001, octubre). ¿Sabe lo que sus clientes

6. ALBRECHT, KARL Y LAWRENCE J. BRADFORD. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.

esperan de usted? Mk Marketing + Ventas. Nro. 162. Pag 28. Marketing de Servicios

¡Conozca y comprenda a sus clientes! - Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES

LTDA, 1998, Colombia.

7. Pérez Sánchez, Fernando A. Conferencia Internacional de Ciencias Empresariales - La filosofía del servicio al cliente orientado a Latinoamérica. Colombia. INPEFRA Ingenieros.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Nasly Vanesa Giraldo Ocampo**	**Instructora**	**SENA-CTA**	**Mayo-2023**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Juan Sebastián Vanegas López**	**Instructor**	**SENA-CTA**	**Mayo/2024**	**Presentación**