PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnico en Venta de productos en línea.
- **Código del Programa de Formación:** 63221
- **Nombre del Proyecto:** Comercializar productoa en línea a través de estrategis de marketing digital para el departamento del Cauca.
- **Fase del Proyecto:** Ejecución
- **Actividad de Proyecto:** Planear estrategias de relación efectiva con el cliente siguiendo los procedimientos de servicio y normativa establecidos.
- **Competencia:**
  - ✓ Comercio de productos en canales digitales.
  - ✓ Monitoreo al cliente en canales digitales.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - ✓ Aplicar acciones de seguimiento y control al proceso de venta teniendo en cuenta las necesidades del cliente.
  - ✓ Responder a la solicitud del cliente de acuerdo con los resultados de monitoreo y niveles de satisfacción posventa.
- **Duración de la Guía:** 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz, Bienvenido a esta Guìa de Aprendizaje, donde comenzarás un proceso de aprendizaje dirigido a brindarles las herramientas para proponer acciones de mejora al proceso de ventas estableciendo politicas de mejoramiento continuo que incluyan la sostenibilidad ambiental y el fomento del emprendimiento.

Para eso es importante que se tengan claros los conocimientos previos adquiridos durante las fases anterior y en la guía que antecede, en particular en las temáticas de seguimiento al plan de ventas digitales.

La siguiente actividad de aprendizaje tendrá como fin dar las herramientas para el conocimiento y apropiaciòn de los conceptos necesarios sobre planes de mejoramiento aplicados a plan de ventas digitales, teniendo en cuenta los indicadores medidos en la actividad de validación de ventas con respecto a las metas. Se iniciará con una actividad de reflexión inicial, luego se continuará con una actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje, posteriormente se realizará una actividad de apropiación de conocimiento y finalmente una actividad enfocada en la transferencia del conocimiento, con el fin de aplicar lo visto a lo largo de la Guia de Aprendizaje.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión Inicial:

Proporcionar un producto o servicio que cumpla con los requisitos del cliente es la condición principal para ofrecer una alta satisfacción al cliente. Si los clientes no están satisfechos con los productos, se irán con la competencia.

Es difícil ganar nuevos clientes en comparación con la retención de los clientes existentes. Por lo tanto, las empresas deben hacer todo lo posible para satisfacer a los clientes.

Un mejor conocimiento de nuestros usuarios y clientes, para poder satisfacer de forma correcta sus necesidades. Esto nos aportará una mejora en las ventas gracias a sus propias recomendaciones, así como una mejora reputacional.

Como paso inicial a este aprendizaje, reflexione acerca del siguiente interrogante: ¿Cuáles la importancia de hacer un plan de mejora para la retención de los clientes?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar claramente los elementos, características y aspectos básicos sobre planes de mejoramiento para las ventas y la satisfacción del cliente.

Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación, con capacidad para 36 personas, con sillas ergonómicas, computadores, televisor, para el desarrollo del programa técnico en venta de productos en línea.

Materiales: Marcadores borrables, borrador de tablero, acrilico, resma tamaño carta.

Tipo de Evidencia:	Conocimiento
Técnica:	Cuestionario y exposición
Instrumento de evaluación:	Lista de Verificación
Duración:	5 horas

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Actividad 2:

Descripción de la actividad:

En el mundo actual la satisfacción del cliente se ha convertido en el objetivo estratégico más importante de cualquier empresa. Son innumerables los estudios en los que se evidencia que este factor es definitivo a la hora de tomar una decisión de compra.

De nada sirve que una empresa ofrezca maravillosos productos y servicios, si el cliente termina frustrado por la mala atención o porque recibió una información equívoca que lo llevó a formarse expectativas erróneas. En esos casos, estamos hablando de clientes perdidos.

Con la siguiente pregunta: ¿Cómo saber si los clientes están satisfechos? el instructor inicia un debate con el grupo de aprendices sobre las diferentes formas de hacer seguimiento a la satisfacción de los clientes de un servicio de ventas en línea.

Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación, con capacidad para 36 personas, con sillas ergonómicas, computadores, televisor, para el desarrollo del programa técnico en venta de productos en línea.

Tipo de Evidencia:	Desempeño
Técnica:	Taller
Instrumento de evaluación:	Lista de chequeo
Duración:	8 horas

3.3 Actividades de apropiación:

Actividad 3: Sustentación "percepción de valor y expectativas de clientes"

El Instructor dará una introducción sobre los conceptos de percepción de valor y expectativas de clientes, para ello podrá basarse en la siguiente cita a partir de la cual podrá reaccionar de manera interractiva con los aprendices: "Creemos que la mejor estrategia de marketing es un excelente servicio al cliente. Pensamos que este es uno de nuestros aportes para que las empresas puedan sobrepasar las expectativas de sus clientes y de esta manera aumentar sus beneficios. Ayudar a brindar un buen servicio al cliente es hacer que la gente esté feliz, y que las empresas cumplan sus objetivos, queremos ser facilitadores en ese proceso" Leonardo Sujoluzky, Socio Co-fundador de S1 Gateway

El nivel de satisfacción de un cliente es el resultado de comparar su percepción de los beneficios de un producto o servicio en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo, con lo que el nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre el valor percibido y las expectativas.

Después de realizar una investigación bibliográfica, los aprendices por grupos de 2 o 3 realizarán una exposición sobre los conceptos de expectativa y de calidad percibida, los factores que influyen en ambos, como afectan el nivel de satisfacción del cliente, y las herramientas que puede aplicar una empresa para conocer la expectativa y la percepción de calidad de sus clientes.

Los grupos podrán apoyarse en herramientas gráficas como mapas mentales para ordenar los conceptos estudiados y soportes audiovisuales para realizar las exposiciones.

Posteriormente a las exposiciones el instructor motivará el debate entre los aprendices para que puedan discutir sobre estos conceptos y de esta forma ampliar sus percepciones y conocimientos.

Tipo de Evidencia:	**Desempeño**
Técnica:	**Exposición**
Instrumento de evaluación:	**Lista de Chequeo**
Duración:	**8**

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Cuestionario "Seguimiento de los clientes"

El instructor realizará una socialización sobre el seguimiento de los clientes, con ejemplos y basándose en el material de apoyo. Durante la socialización el instructor alentará la participación de los aprendices para una apropiación de conocimiento más interactiva.
Posteriormente y después de que los aprendices hayan consultado detalladamente el material de apoyo, se aplicará el cuestionario sobre los conceptos relativos al seguimiento de los clientes.

Tipo de Evidencia:	Conocimiento
Técnica:	Cuestionario
Instrumento de evaluación:	Cuestionario
Duración:	8 horas

Ambiente Requerido: Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 36 personas, con sillas ergonomicas,computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa técnico laboral en venta de productos en linea.
Materiales: Marcadores borrables, borrador de tablero, acrilico, resma tamaño carta, galón de alcohol al 70%.

3.4 Actividad de transferencia del conocimiento:

Actividad 1: Juego de rol "Post-venta"

El instructor separará los aprendices en parejas de trabajo.

Cada pareja escogerá una empresa existente y un producto o servicio digital de la empresa seleccionada para realizar el ejercicio.

Los aprendices se repartirán los roles entre "cliente" y "agente de post-venta".

El aprendiz con el rol de "cliente" realizará un libreto con la descripción y el contexto de algún problema que podría tener un cliente con el producto o servicio seleccionado por la pareja.

El aprendiz con el rol de "agente de post venta" por su lado preparará una serie de frases y preguntas que podría hacer a un potencial cliente para brindarle servicio de post-venta, identificar la problemática del cliente y su nivel de satisfacción.

Después de que cada aprendiz haya realizado su alistamiento se procederá al juego de rol donde los aprendices se comunicarán por intermedio de una herramienta de comunicación de chat, simulando un chat de post venta de la empresa seleccionada.

Al cabo del ejercicio los aprenices, en pareja, redactarán un informe con sus respectivos alistamientos, la transcrpición del chat, y un análisis del desarrollo del ejercicio con sus conclsiones y propuestas de mejora.

Al finalizar el ejercicio y fortalecidos por su experiencia los aprendices intercambiarán sus roles y repetirán el ejercicio aplicando las mejoras identificadas.

Finalmente completarán el informe con esta nueva experiencia.

Tipo de Evidencia: Producto

Técnica: Juego de rol

Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo

Duración: 10 horas

Ambiente Requerido: Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 36 personas, con sillas ergonomicas,computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa técnico laboral en venta de productos en linea.

Materiales: Marcadores borrables, borrador de tablero, acrilico, resma tamaño carta, galón de alcohol al 70%.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
	Realizar un seguimiento	Atender requerimientos del cliente de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.	**Evidencias de Conocimiento:** Cuestionario "Seguimiento de los clientes"	Reporta el seguimiento sobre clientes según las características del canal digital y la política de la organización.	**Técnica: Cuestionario** **Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo**
		Monitorear la experiencia de posventa de acuerdo con procedimiento	**Evidencias de Desempeño:** Sustentación "percepción de valor y	Indaga el nivel de satisfacción con el producto de acuerdo con las expectativas del cliente.	

EVALUACIÓN	proactivo de cada etapa del proceso de venta, comunicándose regularmente con el cliente para ofrecer asistencia, resolver dudas y garantizar su satisfacción en todo momento.	de servicio y normativa.	expectativas de clientes”"		**Técnica: Exposición** **Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo**
		Generar reportes de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento.		Aplica técnicas de seguimiento según el protocolo de la organización.	
			Evidencias de Producto: Juego de rol “Post-venta”	Genera una relación con el cliente de acuerdo con protocolos posventa.	**Técnica: Juego de rol** **Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo**
				Genera reportes de según las actividades digitales de la organización.	

1. **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agente: Un agente es el miembro del equipo de soporte al que se le asignan tickets de atención y es el responsable de resolver las solicitudes de los clientes. Los agentes también pueden interactuar directamente con los clientes para atender las solicitudes de atención a través de los canales de comunicación como el teléfono, el correo electrónico, el chat y las redes sociales.

Agent life cycle: El ciclo de vida del agente describe todas las interacciones de un agente de atención al cliente con la empresa donde trabaja, desde el momento en que es contratado hasta el final de su permanencia en el cargo. Esto abarca el proceso de selección, entrevista y contratación, así como la medición y evaluación de su rendimiento y el desarrollo de su trayectoria profesional. Para las empresas, el tiempo y los recursos invertidos en el ciclo de vida del agente pueden tener un impacto en la calidad del servicio de atención al cliente, la satisfacción con una interacción individual y el valor de un cliente todo el tiempo que dura su relación con la empresa.

Experiencia de los clientes: La experiencia del cliente describe la relación del cliente con la compañía mientras duran las interacciones. La evaluación de la experiencia del cliente permite a la compañía cumplir mejor con las expectativas de los clientes y aumentar la satisfacción y la retención. La evidencia muestra que los clientes esperan que sus interacciones con una empresa sean siempre de la misma calidad y esperan poder establecer los términos de esas interacciones en todo momento.

Trazado del trayecto del cliente: El trazado del trayecto del cliente implica documentar los pasos que un cliente toma para interactuar con una empresa. Las empresas pueden utilizar esta herramienta para comprender mejor la experiencia del cliente, identificar áreas de mejora y aumentar la satisfacción del cliente.

Segmentos de clientes: Segmentos de clientes son grupos de clientes que comparten una necesidad o característica común. La base de clientes de una compañía se puede dividir en segmentos de acuerdo a la ubicación geográfica, el sector, el uso de los productos, el tamaño de la organización, los ingresos o cualquier otra diferencia significativa.

Ciclo de comentarios: Un ciclo de comentarios es un mecanismo que permite a los clientes comunicarse con una empresa sobre sus experiencias individuales de servicio y cómo creen que la organización puede mejorar. Un ciclo de comentarios cerrado permite que la compañía recopile y aprenda de los comentarios de los clientes, tome las acciones necesarias y haga el seguimiento directamente con el cliente.

Tiempo de primera respuesta: Tiempo de primera respuesta es un cálculo del número de minutos transcurridos entre la creación del ticket y el primer comentario público del agente en ese ticket. Las empresas saben que a los clientes no les gusta esperar, lo que conduce a una clara correlación entre un tiempo de primera respuesta bajo y una satisfacción del cliente alta.

Ticket de soporte: Un ticket de soporte es un medio de comunicación para una solicitud del cliente y para hacer seguimiento de las acciones tomadas desde el momento en que se crea hasta su resolución. Un ticket puede ser generado a través de una variedad de canales de soporte y captura los detalles pertinentes sobre la solicitud.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Brunetta, H. (2016). CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes. Pluma Digital Ediciones. Buenos Aires.
Goodman, J. A. (2014). Atención estratégica al cliente. 1ª ed. Pluma Digital Ediciones.
Patiño, L. (2017). Modelos de atención orientados a la satisfacción y recomendación de los clientes. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá.
SENA. (2004). Servicio al cliente. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Virtual Distrito Capital.
Sujoluzky, L. (s.f.). Atención al cliente: Cómo brindar el mejor servicio. S1 Gateway.
W.S.C. (s.f.). Manual de atención al cliente y del proceso de ventas. Wellness & Sport Consulting.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	BRENDA MEDINA Y ANDREA BEDON	Instructoras	Centro de Comercio, Regional Cauca.	17/08/2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					