PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Informaciòn y Servicio al Cliente
- **Código del Programa de Formación:**135319
- **Nombre del Proyecto:** Diseño de estrategias efectivas para la prestación de un servicio al cliente con calidad
- **Fase del Proyecto:** Analisis
- **Actividad de Proyecto:** Diseñar plan de acciones estrategicas de servicio al cliente
- **Competencia:** Realizar la provisión de servicios especializados de contact center bpo o inhouse, según solicitudes y procedimientos.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  R2. Verificar La Prestación Del Servicio Técnico Y/ O Especializado, Según La Solicitud Del Cliente Y Las Políticas De Servicio De Organización.
  R4. Proponer Acciones De Mejora Para La Prestación Del Servicio, Según La Verificación Realizada Al Cliente.

- **Duración de la Guía: 192 Horas**

2. PRESENTACIÓN



El servir es una arte que se viste de color, en Información y Servicio al Cliente la actitud de servicio puede ser la diferencia entre el éxito o el fracaso en una empresa.

Se le invita a participar en las diferentes actividades propuestas, que tienen como propósito fundamental darle continuidad a su proceso de formación, en esta ocacion le invitamos a seguir conociendo a profundidad el campo del servicio al cliente y el mundo organizacional, así como también a ser mucho más participativo y a cumplir con todas las actividades propuestas para su desarrollo como técnicos en informacion y servicio al cliente.

Muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.

"Por que ahora no vasta con satifacer a nuestros clientes, ahora hay que dejarlos encantados - Philip Kotler"

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexion inicial: Nuestra competencia

Bienvenidos a su proceso de formación, inicie el desarrollo de la guía de aprendizaje onservando el video que se encuentra en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=41bEJazNoQA, luego responda el siguiente interrogante:

1. Para usted que es el servicio técnico especializado y de un ejemplo.

Nota: Su respuesta será compartida en el aula de formación juanto a su instructor y demás aprendices del programa.

La mayoría de la gente sueña con hacer grandes cosas, pero pocos se atreven a ponerse en marcha. No te conviertas en un resignado que pasa por la vida sin pena ni gloria porque no se atreve a actuar para conseguir sus metas. Michael Jordan

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Socializar en aula de formación.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos previos

3.2.1 Actividad Nº 1 En este momento de su aprendizaje se le invita a participar de la actividad denominada contextualización e identificación de conocimientos previos que tine como finalidad identificar la importancia que tienen las campañas telefónicas para un un call y contact center, por lo tanto lo invito a que responda el siguiente cuestionario:

1. ¿Que es una campaña telefónica y cuál es su finalidad?

2. ¿Porque es importante una campaña telefónica?

3. ¿Qué tipos de campañas telefónicas existen y explique cada una de ellas?

4. ¿Cuáles son las campañas telefónicas más utilizadas por los call y contac center?

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA le extiende la invitación a realizar las lecturas sugeridas y desarrollar las actividades de afianzamiento, haciendo entrega oportuna de las mismas desde los tiempos trazados por el tutor. Por ello, dentro del desarrollo de las diferentes actividades planteadas para esta actividad, resulta indispensable recordar el uso de fuentes bibliográficas y webgrafía en caso de que sea necesario. Recuerden que tienen acceso a Bliblioteca – Sena (usuario y contraseña su documento de Identidad).

Nota: *Una vez entregada la actividad a su instructor de formación este será socializado en el ambiente de formación.*

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de cuestionario

3.2.2 ACTIVIDAD Nº 2 Protocolos y Guiones telefónicos

Durante esta actividad el instructor socializara a los aprendices la importancia de los protocolos telefónico con su respectivo dando ejemplo de un guion aplicando las técnicas y politicas de calidad requeridas para la implementación del mismo. Lugo de haber recibido su formación se organizaran equipos de trabajo máximo de 3 aprendices por grupo donde estos deben construir protocolos y guiones telefónicos para las siguientes campañas telefónicas:

1. Televentas

2. De soporte

3. De ayuda (Help Desk)

4. De cobranza

5. De actualización de datos

6. De información

De acuerdo a su campaña telefónica, el aprendiz debe:

1. Realizar una presentación de los protocolos y dramatizar el Guion telefónico.

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Presentacion Grupal

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

3.3.1 Evidencia No. 3 Métricas de calidad Contact Center

Durante esta actividad el instructor

En los Contact Center es fundamental realizar un seguimiento oportuno y adecuado de la operatividad diaria es por eso que son utilizadas las métricas de calidad teniendo en cuenta que están permiten describir atributos del producto o servicio prestado. Una medición es un valor real. Una métrica indica la manera en que el proceso de control de calidad medirá el trabajo o el producto.

Por lo anterior en grupos de 4 aprendices deben observar el video en el link https://www.youtube.com/watch?v=9CbY5NE1otc, y luego realizar un resumen o ensayo que permita identificar su entendimiento del tema.

Nota: Recuerde que un ensayo es un tipo de texto en prosa que explora, analiza, interpreta o evalúa un tema. Se considera un género literario comprendido dentro del género didáctico, lo cual le ayudara al aprendiz a retener nuevos conceptos, nuevas ideas.

Ambiente requerido: Ambiente Sena
Materiales: Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
Evidencia: Mapa mental

3.3.2 Evidencia No. 4 Clasificar los productos no conforme

Un producto no conforme es todo aquel que no cumple con algún requisitos determinado por el sistema de gestión de calidad, como por ejemplo, un material comprado que ha llegado defectuoso, un material no identificado cuando se requiere que lo esté, etc.

Hay que tener en cuenta que la norma es aplicable tanto a productos como a servicios, por lo que también en este procedimiento han de tenerse en cuenta los servicios no conformes, como pueden ser, un envío a un cliente con cierto retraso, etc.

En grupos de 5 aprendices deben:

- Diseñar un formato de producto no conforme
- Deben diligenciarlo planteando una situación puntual de servicio
- Deben recopilar los demás formatos diligenciados de los compañeros
- Construir una base de datos en Excel que permita clasificar dicha información se debe tabular y graficar.
- Realizar un informe con la información recopilada en el punto anterior.

Nota: *Esta investigación será socializada en el ambiente de formación.*

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de actividad

3.3.3 Evidencia No. 5 Acciones de mejora

Una acción de mejora puede definirse como aquella medida o conjunto de ellas que se toman con el fin de optimizar los rendimientos de los procesos de la organización en el ámbito oportuno.

Las acciones de mejora no tienen por qué obedecer exclusivamente a la resolución de una situación negativa, sino que pueden perseguir otras consecuencias positivas, además de las que ya sean consideradas como adecuadas. En este sentido, la norma ISO 9001:2008 recuerda que "se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que esté diseñado para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas", y es en ese mismo enfoque y bajo el mismo concepto donde se incardinan las acciones de mejora que contribuyan también "para mantener y mejorar un sistema de gestión de la calidad ya existente".

Teniendo en cuenta la actividad anterior sobre producto no conforme, en grupos de 5 aprendices deben. construir acciones de mejora que permita darle solución oportuna a los productos no conforme clasificada anteriormente.

Nota: Entrega de trabajo escrito con el plan de acción.

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de actividad

3.3.3 Evidencia No. 5 EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTO (INDIVIDUAL)

Aprendices con el fin de afianzar los conocimientos adquiridos en esta unidad presentar evaluación de conocimientos de acuerdo a las indicaciones del instructor.

- **Metodología: presencial**
- **10 preguntas: Seleccione la respuesta correcta- falso y verdadero.**
- **1 hora para el desarrollo del examen.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Conocimiento: Cuestionario Ensayo Metricas De calidad **Evidencias de Desempeño:** Clasificar la información de los clientes Procesos y procedimientos **Evidencias de Producto:** Clacifica los productos no conforme. Acciones de Mejora	**Identifica necesidades las del cliente, de acuerdo con el tipo de solicitud del servicio.** **Interactúa con el usuario en forma clara, fluida y concisa, según el protocolo establecido técnicas comunicación existentes.** **Tramita los servicios técnicos, especializados servicios de kpo, de acuerdo con los Parámetros definidos según normas técnicas y términos legales.** **Finaliza el contacto, según procedimiento establecido por la organización.** **Clasifica las necesidades de los clientes, según el tipo de servicio prestado** **Sugiere acciones de mejora, según las condiciones de prestación servicio.** **Indaga el nivel de satisfacción, según los servicios soportados o la visita realizada.**	Formulacion de preguntas Simulación Listas de chequeo Evaluacion

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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 importantesde nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Servicio: se refiere a una actividad, acción o tarea realizada por una persona, empresa u organización con el objetivo de satisfacer una necesidad o requerimiento de otra persona, empresa u organización. Los servicios pueden ser intangibles, lo que significa que no pueden ser tocados o vistos físicamente, o tangibles, lo que significa que pueden ser vistos o tocados físicamente.

Servicio Al Cliente: El servicio al cliente se refiere a las acciones y estrategias que una empresa o organización utiliza para brindar un nivel de servicio y satisfacción de alta calidad a sus clientes. Consiste en proporcionar un apoyo y atención excepcionales durante todo el ciclo de vida del cliente, desde el primer contacto hasta la postventa.

Marketing: es el conjunto de técnicas y estrategias que utilizan las empresas para identificar, crear y mantener una relación satisfactoria con sus clientes y usuarios, con el fin de satisfacer sus necesidades y objetivos comerciales.

Canales De Comunicación: Son los medios utilizados para transmitir un mensaje de un emisor a un receptor. En el contexto empresarial, los canales de comunicación son esenciales para una buena comunicación interna y externa, permitiendo la transmisión efectiva de información entre los diferentes miembros de una organización y con los clientes, proveedores y otras partes interesadas.

Técnicas De Comunicación: son métodos o estrategias que se utilizan para mejorar la calidad y la efectividad de la comunicación. Estas técnicas se pueden aplicar en cualquier contexto, ya sea en el ámbito personal o profesional, y pueden ser utilizadas para mejorar la comunicación con una variedad de personas, desde colegas y clientes hasta amigos y familiares.

Protocolo: se refiere a un conjunto de reglas y normas establecidas para regular la conducta y las interacciones entre personas en diferentes situaciones. Estas normas pueden variar según el contexto, ya sea social, cultural o profesional.

Call Center: es un centro de atención telefónica donde un equipo de agentes o representantes se dedican a atender llamadas entrantes y/o realizar llamadas salientes en nombre de una empresa o organización.

Contact Center: es un centro de atención al cliente que se enfoca en brindar soporte y atención a través de diferentes canales de comunicación, que pueden incluir no solo llamadas telefónicas, sino también correo electrónico, chat en línea, redes sociales, mensajes de texto y otros medios.

Garantía De La Calidad: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

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

Sistema: es la forma de manjar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

ACD: (Automatic Call Distributor) Distribuidor Automático de Llamadas

ACS: (Automatic Call Sequencer) Secuenciador Automático de llamadas

AHT: (Average Handling Time) Tiempo medio de atención de llamadas

ANI: (Automatic Number Identification) Identificación Automática de Número.

Arquitectura de cliente/servidor: Red de computadoras que comparten capacidades y dispositivos.

Asignación de Porcentaje: Estrategia de encaminamiento que a veces, se utiliza en entornos de Centros de llamadas con instalaciones múltiples.

Atención Automática: Capacidad de procesamiento de voz que automatiza la función de atención. El sistema solicita a los clientes que seleccionen opciones (es lo que llamaos Menú ej: Oprima 1 para 2 para 3 para comunicarse etc) y luego coordina con el distribuidor ACD para dirigir a los dientes a destinos específicos.

Carga de llamadas: También denominada "carga de trabajo La carga de llamadas es el producto de (tiempo medio de conversación tiempo medio de trababajo posterior a la llamada) x volumen de llamadas, durante un periodo determinado,

Call Blending: Intercambio automatico de llamadas de entrada y de salida en un mismo Centro Telefónico

Carga de troncales: Carga que transportan las troncales. Incluye el tiempo de demora y el tiempo de conversación

Central telefónica: Puede referirse tanto a la central de conmutación de una compañía telefónica, como al tipo de conmutador telefónico utilizado en una compañia

Centro de Control de Tráfico: Se unliza en los entornos de Centros de llamadas en red, en el que las personas y los equipos controlan las condiciones en tempo real en diferentes instalaciones.

Estación de trabajo: Espacio utilizado por el representante telefónico en el desempeña de su labor.

Estado del Agente: Modo de trabajo en que se encuentra el agente (tiempo de conversación, no disponible, trabajo posterior a la llamada)

Factor de Ocupación: También denominado "utilización de agentes". Se refiere al porcentaje de tiempo en que los agentes atienden llamadas, en contraposición a esperar a que ingresen llamadas. Para media hora, el cálculo es volúmen de llamadas X tiempo medio de atención en segundos.

Help Desk: (Mesa de Ayuda) Función que concentra los requerimientos de soporte relacionados generalmente con los sistemas de cómputo y comunicaciones de un grupo de usuarios internos y/o externos con el propósito de asignar tareas para generar soluciones:

Identificación automática de número (ANI). Función de una red telefónica que transmite el número del teléfono que utiliza el cliente para llamar el centro de llamadas, en tiempo real.

In-bound: Llamadas de entrada emitidas por clientes y/o prospectos recibidos en el Centro Telefónico.

IVR: (interactive Voice Response) Respuesta Interactiva de VoL.

LAN:(Local Area Network) Red de Area Local. Es un sistema de red que cubre una extensión grognifica relativamente pequeña. Se caracteriza por tener velocidades de datos relativamente altas y tasas de error bajas.

Llamada: Tambien denominada transacción o contacto con el cliente. Termino que se refiere a las llamadas telefónicas

Llamada abandonada: Tambien denominada llamada perdida El cliente cuelga antes de comunicarse con un agente

Llamada atendida: En relación con un grupo de agentes, las llamadas se contabilizan como llamadas respondidas cuando las atiende un agente.

CLI: (Calling Line Identity) Identificación de línea de la persona que llama.

Cola: Retiene las llamadas hasta que un agente esté disponible. La cola también puede referirse a una linea o lista de elementos de un sistema que están en espera para ser procesados.

Cola Invisible: Aquella en la que los clientes no saben cuántas llamadas hay en espera, o con qué rapidez se atienden las Ramadas.

Cola Visible: Aquella en la que los dientes saben cuantas llamadas hay en espera en la cola en que han Ingresado y la velocidad con que avanza. Gracias a un mensaje del sistema que le informa el tiempo de espera cakulado.

Combinación de llamadas: Combinación de grupos tradicionalmente independientes de agentes de llamadas entrantes y salientes en un solo grupo de agentes, responsable tanto de atender llamadas entrantes como de realizar llamadas salientes

CRM (Customer Relationship Management) Administración de la Relación con Clientes. Término utilizado para definir la metodoingia, el software y los recursos de intermet que permiten la Administración de la relación con Clientes de una manera organizada.

Corres Directo: Conjunto de elementos impresos compuesto por carta, folleto, cupón respuesta, etc, que se desarrollan técnicamente para enviarse a clientes vio prospectos con fines promocionales, informativos o relacionistas

Costo de la demora: Dinero que cuesta poner a los Clientes en la cola, suponiendo que se ofrece un servicio de llamadas sin cargo.

Casto por Bamada: Costos totales (jos y venables), dividido por el total de llamadas en un periodo determinado

(CT): (Computer Telephony integration) integración de Telefonia y Computación

Demors: También denominado tiempo en Cola Es el tiempo durante cola, a la espera que un agente quede disponible.

DNIS: (Duled Number Identification Services Servicio de identificación del Número Marcado. Servicio suministrado por una compañia de servicio telefonico mediante el cual se puede identificar el número

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

1. Biblioteca Virtual Sena

2. Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio. Colombia-Bogota. Ed. Legis - Serie Empresarial.

3. Call Centers y Contact Centers: Estrategias para la atención al cliente" de Bernardo Kliksberg (2003):

4. "La experiencia del cliente en el Contact Center: Cómo crear una experiencia memorable" de Matt Watkinson (2020):

5. https://blog.nfon.com/es/diferencias-call-center-y-contact-center/

6. https://glosarios.servidor-alicante.com/call_center-service_desk

7. https://iso9001calidad.com/control-de-producto-no-conforme-177.html#google_vignette

8. https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-proceso-y-procedimiento/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Bibiana Zuluaga Zuluaga**	**Instructor**	**Comercio y Servicio**	**Septiembre 2019**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Lila Marcela Ballesteros G**	**Instructor**	**Centro de Comercio, industria y turismo de cordoba**	Abril 2024	**Ajustes**