El empleo es de todos

Mintrabajo

GUIA DE APRENDIZAJE

SENA

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

GC-F-004v.06

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
- Código del Programa de Formación: 13530025
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):
- Fase del Proyecto (si aplica):
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):
- Competencia: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- Resultados de Aprendizaje:

1. Prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización 32h
2. Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización 16h

- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 48 horas

2. PRESENTACIÓN



En un mundo donde competir y marcar la diferencia son la clave para alcanzar un espacio dentro del universo empresarial y corporativo, nada como un buen servicio al cliente para ser diferenciales. Pero para ello, dicen los expertos, la satisfacción integral frente a un producto o servicio no se da solo por atender un reclamo o cambiar un artículo que ha resultado defectuoso. Es ir más allá.

El Cliente debe ser la máxima preocupación para cada uno de los dueños o colaboradores de una organización, de tal manera que cada persona, ya sea cliente interno o cliente externo se sienta como es su casa, es así que el cliente debe ser la mayor preocupación para toda organización que pretenda ser exitosa en el contexto comercial. Es así que cada día debemos preguntarnos: Es el cliente nuestra mayor preocupación?

La actividad se desarrollará mediante el trabajo colaborativo de todos los aprendices del ambiente, ya sea en equipos formados o de forma individual. Se llevará a cabo procesos de investigación, de consulta, de trabajos de campo y aplicación de los conocimientos adquiridos, en cada una de las consultas que los aprendices realizarán dentro y fuera del ambiente. Posteriormente se socializará las temáticas en el ambiente donde los aprendices podrán plantear sus postulados, sus conocimientos que en el transcurso del desarrollo de los procesos se van adquiriendo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:



Descripción de la actividad:

1. Ver el videos

https://youtu.be/cJ7rlg2WoCI?si=RV1rLAJDEU8a40G-

https://youtu.be/YpTL6oreg8Q?si=8lPE0-dqZat9_dd4

2. Tomar los apuntes que considere relevantes de la presentación del programa para la socialización en clase.

3. Hacer su propia reflexión de al menos una página de los videos.

4. Realizar un cuestionario sobre los videos (lo deben llevar a la sesión de clase mínimo de 5 preguntas) y aplicarlo como entrevista a uno de sus compañeros de forma aleatoria.

Ambiente requerido: Aula de clase, computadores, escritorios

Estrategias o técnicas didácticas activas: Debate grupal, lluvia de ideas

Material de apoyo: videos

Evidencia de aprendizaje: Cuestionario de reflexión sobre videos

Instrumento de Evaluación: Lista de chuequeo

Duración de la actividad: 16 horas

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

Descripción de la actividad: Los aprendices investigarán sobre los conceptos básicos como SERVICIO, SERVICIO AL CLIENTE, ATENCION AL CLIENTE Y SU DIFERENCIA.

Ambiente requerido: Salón de clase, tablero, marcadores, computador, parlante

Estrategias o técnicas didácticas activas: Investigación Guiada, análisis de casos reales

Materiales de formación: Guias Técnicas sobre Servicio al Cliente

Material de apoyo: Videos, reflexiones guiadas

Evidencia de aprendizaje: Taller generalidades servicio al cliente – atención al cliente

Instrumento de Evaluación: Lista de chuequeo

Duración de la actividad: 16 horas



Tomando como referente el material suministrado por el instructor y sus investigaciones realizadas, en un documento de texto de solución a los siguientes interrogantes.



1. Que es el cliente?
2. Que es servicio al cliente
3. Diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente
4. El triángulo del servicio
5. los momentos de verdad • El ciclo del servicio • Momentos críticos de la verdad
6. El mal servicio y sus costo

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de la actividad: La actividad esta enfocada en que los aprendices reconozcan la Calidad del un buen servicio y las características de los pecado capitales del servicio

Ambiente requerido: Salón de clase, tablero, marcadores, computador, parlante

Estrategias o técnicas didácticas activas: Investigación Guiada, análisis de casos reales

Materiales de formación: Guia Técnica sobre Servicio al Cliente

Material de apoyo: Videos, reflexiones guiadas

Duración de la actividad: 6 horas.

Evidencias de aprendizaje: Mapa Mental Ciclo del servicio

Instrumentos de evaluación: lista de chequeo

Duración de la actividad: horas: 8 horas



En un mercado tan competitivo y con tantos servicios y productos, y con la revolución del servicio tan avanzada, uno pensaría que casi todos los negocios deberían estar prestando mucha atención ala calidad de su servicio. Pero eso no es así, en una gran mayoría de negocios de servicios lamediocridad es la normal, muchos de ellos logran alcanzar alguna atención, pero no una verdaderaatención a las experiencias con los clientes. La cuestión de la calidad queda en gran parte a merceddel azar y, en consecuencia, logran una calidad mediocre.

En realidad, debemos percatarnos que existen ciertas situaciones que permiten surgir en el talento humano consideraciones o actitudes que muchos gurús han determinado como categorías o pecados y como **el servicio al cliente debe considerarse una nueva filosofía**, debemos entonces estudiarlos y conocerlos para saber qué hacer y corregirlos, aprendamos a reconocerlos y así evitarlos:



APATÍA

Es lo opuesto a la iniciativa en los encuentros de servicio. Simplemente, una demostración de total desgano por parte del empleado(a), mostrando tácitamente que no leimporta nada. Aburrido(a) con su trabajo, le trasmite al cliente una total falta de interés. Los síntomas se presentan cuando el empleado(a) deservicio deja de preocuparse por su trabajo, por sus clientes y, finalmente, por sí mismo(a).

DESAIRE

Este pecado se presenta cuando el empleado trata de deshacerse de un cliente. En estos casos no se presta atención a los problemas o las necesidades de los clientes. Es habitual tratar de "taparle la boca" al cliente con algún reglamento o la falta de competencia en el tratamiento de la dificultad. Es como cuando el empleado de la tienda empieza a cerrar 10 minutos antes de la hora y si llega algún cliente le dice que esa mercancía no la tiene o que se le terminó.Ayuda a salir de la situación al empleado, pero no resuelve el problema... *y se pierde un cliente.*

FRIALDAD:

El contexto del servicio seenfría: una recepción helada, mirada fija dehielo y el corazón frío son frases que vienen ala mente para describir esta escena. Parecehaber una relación de causa y efecto

entresentirse agotado y tratar a los clientes confrialdad. Las actitudes cargadas de hostilidad,frialdad, impaciencia -entre otras- deterioran elvínculo con el cliente.

AIRE DE SUPERIORIDAD:

Menospreciar lacapacidad del cliente puede llevar a una actitud proteccionista excesiva que lo haga sentirincómodo o insatisfecho. Abrumar a los clientesutilizando una jerga (lenguaje técnico) que ellosno pueden entender, gritar a las personas deedad y/o a quienes no hablan bien el idioma, yapartar a los niños, son sólo unas cuantasmaneras de practicar ese aire de superioridad.

ROBOTISMO:

El trabajador totalmente mecanizado repitesus rutinas sin ningún tipo de aporte personal que individualiceal cliente. Cuando una persona llega a mecanizar tanto su trabajoque hace todo de la misma manera, el pecado de servicio delrobotismo puede ir avanzando lentamente en el comportamientodiario hacia los clientes. Cuando los empleados no conocen el " *por qué* " (el sentido) de los guiones o protocolos de atencióncaen en este tipo de pecado

REGLAMENTO:

Hacerlo todo de acuerdo al manual. Colocar los reglamentos de la empresa por encima de las necesidades del cliente, sin ningún tipo de discernimiento por parte de los empleados al brindar el servicio. Se da también cuando las reglas y regulaciones deuna organización se crean más para la conveniencia de ésta que para el cliente Estas situaciones impiden utilizar las capacidades de pensar de los empleados.

EVASIVAS

Es una variante del pecado desaire. Es una forma de deshacerse del cliente

CARACTERISTICAS DE UN BUEN SERVICIO

Brindar un excelente servicio al cliente es mucho más que simplemente resolver problemas. Es un arte que combina diferentes elementos en una experiencia inolvidable. Echemos un vistazo más de cerca a las características clave que hacen que la atención al cliente sea excepcional



3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento

Descripción de la actividad: Los aprendices aplicarán los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación para representar, de manera dinámica, una escena que contraste un buen servicio al cliente con un mal servicio. Esta actividad fomenta la reflexión y la práctica sobre los elementos clave de la atención al cliente.

Ambiente requerido: Aula.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Recreación de escenas prácticas: buen servicio vs. mal servicio. Dinámicas participativas que promuevan la interacción y el aprendizaje experiencial.

Materiales de formación: Guía de aprendizaje en servicio al cliente.

Material de apoyo: Videos demostrativos que ilustren ejemplos de buenas y malas prácticas en la atención al cliente.

Evidencias de aprendizaje: Simulación en vivo de los 7 pecados capitales del servicio o simulación del buen servicio.

buen servicio. **Instrumentos de evaluación:** Lista de chequeo

Duración de la actividad: 8 horas.

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
		Desarrollo de un taller sobre conceptos básicos de servicio al cliente	**Evidencia de Producto** Taller: Generalidades del servicio al cliente – atención al cliente	Comprensión de conceptos clave del servicio al cliente	Lista de chequeo
		Simulación de los "7 pecados capitales del servicio" o recreación de un buen servicio	**Evidencia de Desempeño** Simulación en vivo: los 7 pecados capitales del servicio Simulación de un buen servicio	Actitud proactiva - Aplicación de técnicas aprendidas - Resolución de conflictos simulados	Observación directa: - Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Asertividad: Es la habilidad para expresar adecuada y oportunamente emociones, pensamientos ideas, opiniones o creencias en una manera socialmente aceptable

Clarificación Es una técnica que se usa cuando lo que uno escucha de parte del cliente es poco claro, o parece que se empieza a dar vueltas sobre lo mismo sin poder avanzar, o cuando no se entiende el significado de algunas palabras**.**

Cliente: Aquella persona que ya ha comprado y/o utilizado nuestros productos o servicios.

Comunicación no verbal: Proceso de trasmisión y recepción de ideas, información y mensajes sin palabras, es decir, se da mediante indicios, signos y que carecen de estructura sintáctica verba

Equipo de trabajo: Grupo de personas que se organiza para alcanzar un objetivo común



relacionado con la actividad productiva.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Maria Fernanda Barreto Correales	Instructor	Centro de la Innovacion Agroindustrial y de Servicios.	Noviembre de 2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Escucha Activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. Empatía es la habilidad para reconocer y responder con precisión a los sentimientos y al contenido de las expresiones del cliente en situación de interpretación comunicativa**.**

Estrategia: Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin Comunicación se define como un proceso en el que intervienen un emisor y un receptor, en un ambiente determinado (físico o virtual) a través del cual se logra la transmisión e intercambio de ideas e información, comprensible entre las partes**.**

Expresión efectiva Es la habilidad para comunicarse combinando distintas formas de expresión como lo son la verbal, corporal, afectiva; de manera que el cliente pueda reconocer con claridad el significado de los mensajes que el empleado desea transmitir al cliente.

Parafrasear significa verificar o decir con las propias palabras lo que parece que el emisor acaba de decir.

Protocolo: Conjunto de acciones, procedimientos y formas de actuar establecida y predeterminadas que favorecen la venta.

Respuesta refleja: Se refiere a acoger los sentimientos esenciales que el otro está comunicando y permitir que la persona que nos está hablando tome mayor conciencia de lo que está sintiendo**.**

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales**.**

Servicios: Actividad orientada a responder a las necesidades de un cliente

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

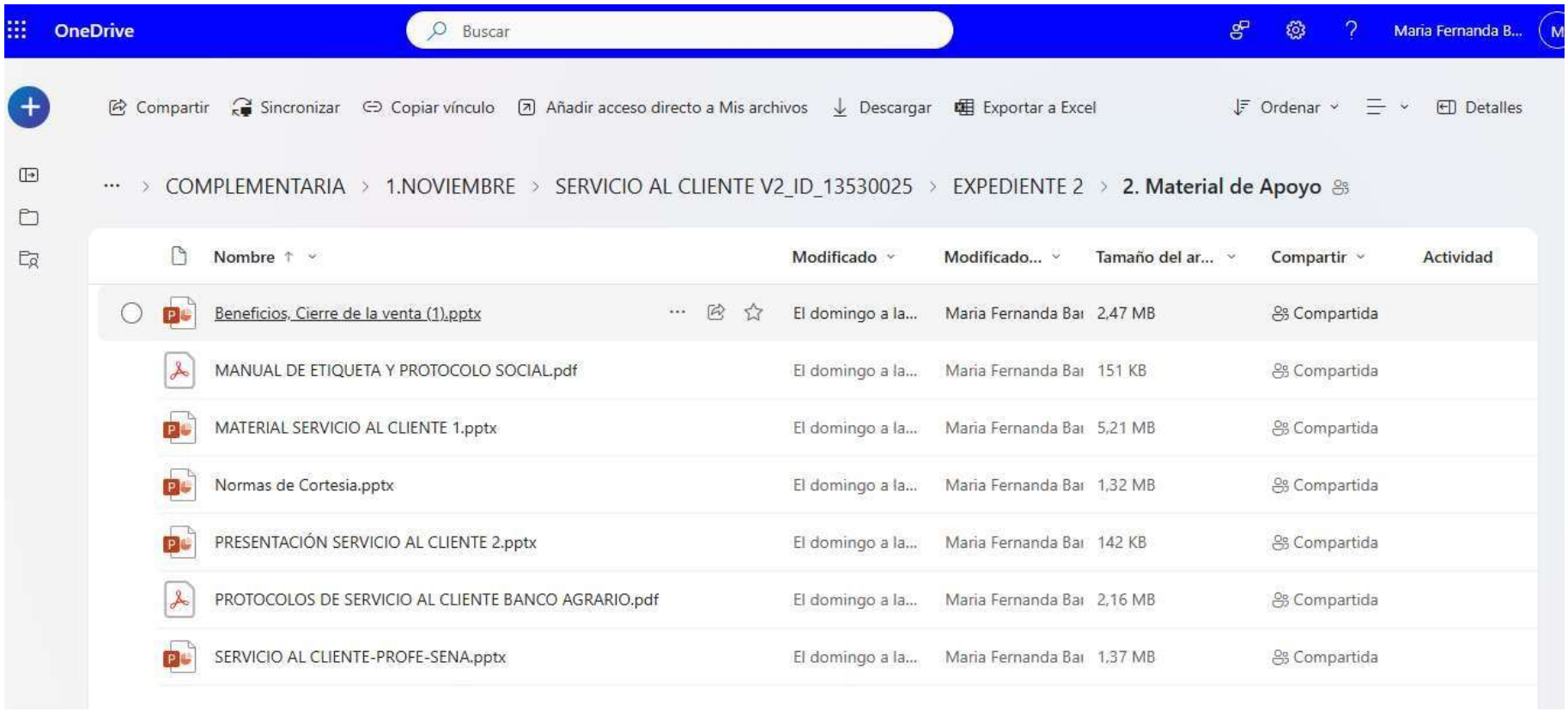
- Aguilar, J. y Vargas, J. E. (2010). *Comunicación asertiva*. *Network de Psicología Organizacional.* México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Baró, T. (2012). *La gran guía del lenguaje no verbal.* España: Editorial Paidós.
- Escuela para el Desarrollo Comercial para Tecnólogos. (2008). *Manual de técnicas comerciales.* España: Autor.
- Valcárcel, I. G. (2001). CRM: gestión de la relación con los clientes. FC Editorial. Recuperado de: https://goo.gl/aVTjP9

El empleo es de todos

Mintrabajo

MATERIAL DE APOYO

SENA


OneDrive
Buscar
Maria Fernanda B...
Compartir
Sincronizar
Copiar vínculo
Añadir acceso directo a Mis archivos
Descargar
Exportar a Excel
Ordenar
Detalles
COMPLEMENTARIA
1.NOVIEMBRE
SERVICIO AL CLIENTE V2_ID_13530025
EXPEDIENTE 2
2. Material de Apoyo
Nombre
Modificado
Modificado...
Tamaño del ar...
Compartir
Actividad
Beneficios, Cierre de la venta (1).pptx
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
2,47 MB
Compartida
MANUAL DE ETIQUETA Y PROTOCOLO SOCIAL.pdf
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
151 KB
Compartida
MATERIAL SERVICIO AL CLIENTE 1.pptx
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
5,21 MB
Compartida
Normas de Cortesia.pptx
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
1,32 MB
Compartida
PRESENTACIÓN SERVICIO AL CLIENTE 2.pptx
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
142 KB
Compartida
PROTOCOLOS DE SERVICIO AL CLIENTE BANCO AGRARIO.pdf
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
2,16 MB
Compartida
SERVICIO AL CLIENTE-PROFE-SENA.pptx
El domingo a la...
Maria Fernanda Bai
1,37 MB
Compartida

GC-F-004v.06

El empleo es de todos | Mintrabajo

INSTRUMENTOS DE EVALUACION

SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1 DATOS GENERALES

Programa de formación:	SERVICIO AL CLIENTE	**ID**	13530025
Proyecto formativo:	N/A		
Fase proyecto:	N/A		
Resultado de aprendizaje:	PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN		
Actividad de aprendizaje:	Desarrollar taller sobre conceptos básicos de servicio al cliente		
Evidencia de Producto:	Taller sobre conceptos básicos de servicio al cliente		

Criterios de evaluación: Comprensión de conceptos clave del servicio al cliente

1. LISTAS DE CHEQUEO

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	Identifica correctamente los conceptos básicos de servicio al cliente.			
2.	Explica la importancia de la atención al cliente en el contexto empresarial.			
3.	Responde adecuadamente las preguntas del taller con coherencia y precisión.			
4.	Presenta ejemplos claros y relevantes relacionados con los conceptos tratados.			

2. EVALUACIÓN

Observaciones:_____

Juicio de valor: _____

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	SERVICIO AL CLIENTE	**ID**	13530025
Proyecto formativo:	N/A		
Fase proyecto:	N/A		
Resultado de aprendizaje:	VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN		
Actividad de aprendizaje:	Realizar Simulación de los "7 pecados capitales del servicio" o recreación de un buen servicio		
Evidencia de Desempeño:	Simulación en vivo: los 7 pecados capitales del servicio Simulación de un buen servicio		

Criterios de evaluación:

2. LISTAS DE CHEQUEO

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	Identifica y describe correctamente cada uno de los "7 pecados capitales del servicio".			
2.	Representa de manera clara y creativa los escenarios de mal servicio.			
3.	Realiza la simulación del buen servicio aplicando técnicas adecuadas.			
4.	Demuestra habilidades de comunicación efectiva durante la simulación.			

3. EVALUACIÓN

Observaciones:_____

Juicio de valor: _____

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor