PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico Laboral en Ventas en Línea
- Código del Programa de Formación: 632202
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA PROCESOS DE VENTAS DE PRODUCTOS EN LÍNEA EN EMPRESAS DE LA REGIÓN ATLÁNTICA.
- Fase del Proyecto (si aplica): Evaluación
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Evaluar los informes de métricas e indicadores de ventas de los productos publicados en los canales digitales, con el fin de evaluar el desempeño de la estrategia y tomar decisiones basadas en datos que permitan optimizar el proceso de ventas
- Competencia: Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento
- Resultados de Aprendizaje: Responder a la solicitud del cliente de acuerdo con los resultados de monitoreo y niveles de satisfacción posventa.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 64 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

- Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad:

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: **¿Cuál es la importancia de hacer un plan de mejora para la retención de los clientes?**

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 línea.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Juegos de roles, exposiciones, mapas conceptuales, mapas mentales, conversatorio.

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

Material de apoyo: revistas o artículos de ventas online

Duración de la actividad: 2 horas.

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

Descripción de la actividad: Los aprendices leerán y analizarán un caso de estudio sobre una empresa que enfrenta desafíos en sus ventas en línea. Después de la lectura, reflexionarán y responderán a tres preguntas clave sobre la situación presentada. Esta actividad permitirá identificar y contextualizar los conocimientos necesarios para mejorar las habilidades en ventas en línea.

Ambiente requerido: Un ambiente de formación equipado con computadoras y acceso a internet para cada aprendiz. Un proyector y una pizarra para la presentación y discusión del caso de estudio.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Lectura guiada
- Discusión en grupos pequeños
- Reflexión individual
- Presentación y discusión en plenario

Materiales de formación:

- Caso de estudio impreso o digital sobre una empresa que enfrenta desafíos en sus ventas en línea
- Cuestionario con preguntas de reflexión

Material de apoyo:

- Artículos y videos relacionados con ventas en línea
- Pizarras blancas y marcadores para anotaciones

Duración de la actividad: 5 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

- **3.3.1. Descripción de la actividad:** Reorientar al Cliente y Monitorear la Experiencia de Posventa

Los aprendices aprenderán a reorientar al cliente y monitorear la experiencia de posventa a través de la creación de una base de datos y formularios de seguimiento utilizando herramientas ofimáticas. Esta actividad les permitirá apropiarse del conocimiento necesario para evaluar la satisfacción del cliente y mejorar los procesos de atención al cliente.

Ambiente requerido: Un ambiente de formación equipado con computadoras, acceso a internet, software de hojas de cálculo y procesadores de texto.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Trabajo en equipo
- Talleres prácticos
- Resolución de problemas
- Presentación de resultados

Materiales de formación:

- Guías sobre reorientación de clientes y monitoreo de la experiencia de posventa
- Tutoriales sobre el uso de herramientas ofimáticas (hojas de cálculo y procesadores de texto)

Material de apoyo:

- Plantillas de seguimiento de clientes

Evidencias de aprendizaje:

Evidencia de Conocimiento:

- Cuestionario: Los aprendices responderán un cuestionario sobre los siguientes temas:
    - **¿Qué es la reorientación del cliente y por qué es importante?**

- **¿Cómo se monitorea la experiencia de posventa?**
- **¿Qué herramientas ofimáticas pueden utilizarse para el seguimiento de clientes?**

Evidencia de Producto:

- Base de Datos de Clientes: Los aprendices crearán una base de datos de clientes en una hoja de cálculo, incluyendo campos para datos de contacto, historial de compras y seguimiento de posventa.
- Formulario de Seguimiento: Diseñarán un formulario de seguimiento de posventa en un procesador de texto, que incluirá preguntas sobre la satisfacción del cliente y áreas de mejora.

Evidencia de Desempeño:

- Observación Directa: El instructor evaluará la capacidad de los aprendices para trabajar en equipo, diseñar herramientas de seguimiento y analizar datos de clientes.

Instrumentos de evaluación:

- Cuestionario de selección múltiple, completar oraciones y verdadero/falso
- Rubrica de Evaluación para la base de datos y formulario de seguimiento
- Lista de chequeo para la observación directa

Duración de la actividad: 15 horas.

3.3.2. Descripción de la actividad: Constatación de los Niveles de Cumplimiento de los Clientes y Generación de Reportes

Los aprendices aprenderán a constatar los niveles de cumplimiento de los clientes y a generar reportes utilizando herramientas ofimáticas. Esta actividad les permitirá apropiarse del conocimiento necesario para evaluar los informes de métricas e indicadores de ventas y tomar decisiones basadas en datos.

Ambiente requerido:

Un ambiente de formación equipado con computadoras, acceso a internet, software de hojas de cálculo y procesadores de texto.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Trabajo individual y en equipo
- Talleres prácticos
- Análisis de casos
- Presentación de resultados

Materiales de formación:

- Guías sobre constatación de niveles de cumplimiento y generación de reportes
- Links con tutoriales sobre el uso de herramientas ofimáticas (hojas de cálculo y procesadores de texto)

Material de apoyo:

- Videos instructivos sobre análisis de métricas e indicadores de ventas
- Plantillas de reportes

Evidencias de aprendizaje:

1. **Evidencia de Conocimiento:**
    - Cuestionario: Los aprendices responderán un cuestionario sobre los siguientes temas:
        - ¿Qué son los niveles de cumplimiento de los clientes y por qué son importantes?
        - ¿Cómo se generan reportes de métricas e indicadores de ventas?
        - ¿Qué herramientas ofimáticas pueden utilizarse para la generación de reportes?
2. **Evidencia de Producto:**
    - Reporte de Cumplimiento: Los aprendices generarán un reporte de los niveles de cumplimiento de los clientes utilizando una hoja de cálculo, incluyendo gráficos y análisis de datos.

- Informe de Métricas: Crear un informe de métricas e indicadores de ventas en un procesador de texto, detallando el desempeño de la estrategia de ventas y recomendaciones de mejora.

3. **Evidencia de Desempeño:**
    - Observación Directa: El instructor evaluará la capacidad de los aprendices para analizar datos, generar reportes y presentar sus hallazgos de manera clara y concisa.

Instrumentos de evaluación:

- Cuestionario de selección múltiple, completar oraciones y verdadero/falso
- Rubrica de evaluación para el reporte de cumplimiento y el informe de métricas
- Lista de chequeo para la observación directa

Duración de la actividad:

15 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción de la actividad: Workshop de Transferencia de Conocimiento en Ventas en Línea

Los aprendices organizarán y realizarán un workshop donde presentarán su proyecto formativo "Implementación de Estrategias para Procesos de Ventas de Productos en Línea en Empresas de la Región Atlántica". Cada aprendiz deberá crear una presentación dinámica y creativa que destaque la identidad corporativa de su proyecto. Además, deberán entregar un informe final con un resumen ejecutivo del proyecto y todas las herramientas y bases de datos desarrolladas anteriormente. Este workshop permitirá a los aprendices transferir su conocimiento adquirido durante el programa de formación, demostrando su capacidad para aplicar conceptos teóricos en un entorno práctico y profesional.

Ambiente requerido:

- Aula o ambiente de formación amplio equipado con un proyector, pantalla y equipo de sonido.
- Computadoras con acceso a internet.
- Espacio para montar exhibiciones o displays.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

- Aprendizaje basado en proyectos
- Presentaciones dinámicas
- Trabajo en equipo
- Feedback constructivo
- Reflexión y autoevaluación

Materiales de formación:

- Plantillas para presentaciones (PowerPoint, Google Slides, etc.)
- Guías sobre creación de resúmenes ejecutivos
- Herramientas de diseño gráfico para la identidad corporativa

Material de apoyo:

- Ejemplos de presentaciones efectivas
- Videos tutoriales sobre técnicas de presentación y diseño gráfico
- Acceso a software de ofimática (Microsoft Office, Google Suite)

Evidencias de aprendizaje:

Evidencia de Conocimiento:

- Cuestionario: Los aprendices responderán un cuestionario que evaluará su comprensión sobre:
  - Principios de diseño y presentación.
  - Elementos clave de un resumen ejecutivo.
  - Herramientas y técnicas utilizadas durante el proyecto.

Evidencia de Producto:

- Presentación del Workshop: Cada aprendiz creará y presentará una presentación dinámica que muestre la implementación de estrategias de ventas en línea.
- Informe Final: Un informe que incluya un resumen ejecutivo del proyecto, detallando los objetivos, metodologías, resultados y conclusiones, este informe debe cumplir los requisitos normativos.
- Herramientas y Bases de Datos: Entrega de todas las herramientas, bases de datos y otros recursos desarrollados durante el proyecto.

Evidencia de Desempeño:

- Observación Directa: El instructor evaluará la capacidad de los aprendices para comunicar sus ideas de manera efectiva, utilizar herramientas de presentación y demostrar su conocimiento del tema.

Instrumentos de evaluación:

- Cuestionario de selección múltiple, verdadero/falso y completar oraciones.
- Rubrica de evaluación para la presentación del workshop.
- Rubrica de evaluación para el informe final y las herramientas entregadas.

- Lista de chequeo para la observación directa durante el workshop.

Duración de la actividad:

15 horas (divididas en preparación, presentación y feedback)

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
EVALUACIÓN	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA PROCESOS DE VENTAS DE PRODUCTOS EN LÍNEA EN EMPRESAS DE LA REGIÓN ATLÁNTICA.	Reorientar al Cliente y Monitorear la Experiencia de Posventa	Evidencia de Conocimiento: Cuestionario	Comprensión de reorientación y monitoreo de posventa	Cuestionario de selección múltiple, completar oraciones, y verdadero/falso
			Evidencia de Producto: Base de Datos y Formulario	Creación de herramientas de seguimiento	Rubrica de evaluación para la base de datos y formulario
			Evidencia de Desempeño: Observación Directa	Trabajo en equipo y análisis de datos	Lista de chequeo para la observación directa
		Constatación de los Niveles de Cumplimiento y Generación de Reportes	Evidencia de Conocimiento: Cuestionario	Conocimiento de niveles de cumplimiento y generación de reportes	Cuestionario de selección múltiple, completar oraciones, y verdadero/falso
			Evidencia de Producto:	Generación de reportes	Rubrica de evaluación

			Reporte e Informe	de cumplimiento y métricas	para el reporte de cumplimiento e informe de métricas
			Evidencia de Desempeño: Observación Directa	Análisis de datos y presentación de hallazgos	Lista de chequeo para la observación directa
		Workshop de Transferencia de Conocimiento en Ventas en Línea	Evidencia de Conocimiento: Cuestionario	Comprensión de principios de diseño, presentación y resumen ejecutivo	Cuestionario de selección múltiple, verdadero/falso y completar oraciones
			Evidencia de Producto: Presentación del Workshop, Informe Final, Herramientas y Bases de Datos	Creación de una presentación dinámica, resumen ejecutivo y entrega de herramientas	Rubrica de evaluación para la presentación del workshop, informe final y herramientas entregadas
			Evidencia de Desempeño: Observación Directa	Comunicación efectiva, uso de herramientas de presentación y demostración de conocimientos	Lista de chequeo para la observación directa durante el workshop

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)	**JESUS ALBERTO MONTERO**	**INSTRUCTOR**	**CEDAGRO**	**9 de julio de 2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	JESUS ALBERTO MONTERO OSORIO	INSTRUCTOR	CEDAGRO	9-7-24	Actualización al nuevo formato y actualiando las actividades de aprendizaje correspondientes con la actividad del proyecto formativo