IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Tecnólogo en Gestión Administrativa
- **Código del Programa de Formación**: 2714386
- **Nombre del Proyecto**: Ejecución de un plan de mejora continua en los procesos administrativos en las empresas del sector real y comercial
- **Fase del Proyecto**: Ejecución
- **Actividad de Proyecto**: Identificar los medios establecidos por los cuales la organización presta atención y servicio al cliente.
- - Identificar los tipos de clientes.
- - Seleccionar las estrategias de atención personalizada.
  Competencia: Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.
- **Resultados de Aprendizaje**: reconocer la organización, tipos de clientes, productos y servicios que ofrece, teniendo en cuenta su objeto social y normatividad legal vigente.
- **Duración de la Guía**: 90 horas

2. PRESENTACIÓN

Apreciado Aprendiz:

Las estrategias utilizadas por las empresas relacionadas con el servicio al cliente, se refieren a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.

Este proceso involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio.

Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión Inicial



Realice la participación propuesta por el instructor a través de una mesa redonda donde se exponga como se da la comunicación en los ambientes de los cuales el aprendiz participa (Casa – Trabajo – Amigos)

Responda a las siguientes preguntas:

¿Considera que las empresas que tienen presencia en su municipio tienen buena comunicación con los empleados internos y externos?

¿Cómo identifica usted que una empresa tiene buena comunicación con sus clientes?

¿Un cliente o empleado insatisfecho es una buena fuente de aprendizaje? Porqué?

3.2. Actividades de contextualización e Identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Identificar la diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente para aplicar en las diferentes actividades que se van a realizar en el transcurso del programa.

https://www.youtube.com/watch?v=MhQY0bIhiis&t=355s

Para dar un buen servicio hay que crear un vínculo con el cliente, a fin de lograr una relación duradera, crear confianza, lograr que el cliente sea leal a nuestra marca, producto o servicio. Lo importante aquí es que el cliente salga satisfecho y sienta que sus necesidades han sido satisfechas.

El **servicio al cliente** prevé los problemas que pueden tener los clientes y trata de resolverlos de forma preventiva. Se centra en detectar los problemas desde el principio, evitando que se agraven.

La **atención al cliente** se centra en resolver los problemas que los clientes han identificado. La clave de la asistencia es proporcionar los medios y los métodos para solucionar el problema o la preocupación en cuestión.

La **experiencia del cliente** es la suma de todos los contactos, desde el descubrimiento e investigación de un producto hasta su compra, pasando por su uso real y su seguimiento por parte de la marca. No se trata de una sola interacción, sino de todo el ciclo de vida del cliente y de todos los puntos de contacto que éste tiene con un producto o servicio.

A través de una presentación que va a ser liderada por el instructor vamos a analizar las diferentes funciones que cumple el área de servicio al cliente en una empresa, para ello en los mismos equipos que han venido trabajando van a resolver cada una de las preguntas que encontrarán a continuación:



3.2.1 Actividad De Participación En Clase

Exponer un caso sobre atención presencial.

Exponer un caso sobre atención virtual.

Exponer un caso sobre atención telefónica.

Exponer un caso sobre atención proactiva y reactiva.

Finalmente, el instructor le va a pasar un caso real ocurrido en una empresa relacionado con servicio al cliente, determine: Cómo actuarían ustedes en ese caso si fuesen el departamento de servicio al cliente?

3.3. Actividades de Apropiación y Transferencia

Resolvamos colaborativamente la siguiente actividad que lo motivará a consultar, los métodos más efectivos para tener a sus clientes satisfechos, cómo identificar a los clientes insatisfechos, cómo abordarlos y cómo aprender de ellos, cómo estamos midiendo la satisfacción del cliente, cómo estamos valorando y recompensando a nuestro cliente, qué papel juegan los empleados en el servicio al cliente.

Exponga con su grupo de trabajo los siguientes temas que serán divididos y entregados por el instructor, deberá utilizar cartulina, marcadores, stickers y demás elementos para que la exposición sea clara:

- La importancia de escuchar al cliente, explicación y ejemplos.
- Protocolo de servicio, explicación y ejemplos.
- Cómo medimos la experiencia del cliente? – Ejemplos.
- Servicio Postventa, qué es y cómo se aplica.

3.3.1 Comunicación empresarial o corporativa.

Los equipos que han venido trabajando deben desarrollar un manual (Trabajo Escrito) donde se establezca qué se entiende por comunicación corporativa,Cuál es su objetivo principal, Qué se debe transmitir en la comunicación corporativa, qué se debe tener en cuenta para que la comunicación corporativa se logre, qué es un plan de comunicación, qué diferencia hay entre publicidad y comunicación corporativa, todas las empresas deberían tener área de comunicaciones?.



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Socialización - Exposición **Evidencias de Desempeño:** Participación grupal activa en clase sobre las actividades propuestas. **Evidencias de Producto:** Trabajo escrito entregable	Reconoce los diferentes mensajes comunicativos que se manejan en el ámbito organizacional y social. Identifica la importancia de los procesos comunicativos que se llevan a cabo en las empresas.	Estudio de casos Prueba Oral Exposición **Instrumentos:** Lista de Chequeo Cuestionario

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS



Cliente: Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. También la palabra cliente puede usarse como sinónimo de comprador, el cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo utilice otra persona.

Fidelidad: La fidelidad es una actitud de alguien que es fiel, constante y comprometido con respecto a los sentimientos, ideas u obligaciones que asume.

Experiencia: Conocimiento de algo, o habilidad para ello, que se adquiere al haberlo realizado, vivido, sentido o sufrido una o más veces.

Coherencia: Relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas.

Diferenciación: Consiste en hacer que una empresa que ofrece un producto en el mercado y que tiene rivales compitiendo en el sector, sea capaz de destacar de forma significativa.

Comunicación: La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

Cartera empresarial: Se define las deudas de los clientes de una empresa, deudas provenientes de las ventas que se hacen ya sea a crédito o efectivo, según lo disponga el cliente y llegue en acuerdo con el vendedor o empresa.

Manual: Un manual es un libro o folleto en el cual se recogen los aspectos básicos, esenciales de una materia. Así, los manuales nos permiten comprender mejor el funcionamiento de algo, o acceder, de manera ordenada y concisa, al conocimiento algún tema o materia.

Protocolo de servicio: Un protocolo de atención y servicio al cliente, entonces, es un documento, que se hace en forma de manual, en el que se explican cómo deben ser las actuaciones de los empleados en relación a la atención o a las ventas.

Consumidores: El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.

Base de datos: Una base de datos es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

"Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional" – Ejes de la comunicación, guías de conceptos y saberes- Gloria Consuelo Fajardo Valencia - 2016

"Comunicación Corporativa" – Al otro lado de la información – Evoca, comunicación e imagen - 2018

"Fundamentos de la Comunicación" – Dionne Valentina Santos – 2012

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Ana Maria Henao Aguirre**	**Instructor**	**Complejo Tecnológico Minero Agroempresarial**	**Febrero 2024**