PROGRAMA DE FORMACION TECNICO EN OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL
FICHA # 3085606 VALENCIA.

COMPETENCIA:

ATENCIÓN AL CLIENTE

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

"**PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN**"

ENTREGABLES DEL TALLER 3 "PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN

ACTIVIDAD A DESARROLLAR.

DICIEMBRE 2 de 2024. **"PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN,** Primera actividad cada grupo deberá indagar sobre cómo se presta el servicio al cliente teniendo en cuenta los protocolos de la organización teniendo en cuenta los diferentes conceptos emitido por especialista en mercadotecnia sobre la atención al cliente y sus características para así lograr los objetivos propuesto en la organización, así establecer los beneficios que se les pueden brindar a los clientes, para así lograr tener la satisfacción de obtener un buen servicio. De igual forma se debe tener en forma clara que las clasificaciones de los clientes, tienen diferentes variables para lograr una buena aceptación y penetración de los servicio y producto en el mercadeo. Teniendo en cuenta las diferentes estrategias para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes y sus características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según los protocolo establecido por la empresa,

requerido por los clientes actuales que cada día son más exigentes en los mercados de competencia, por el tipo de cliente, los segmentos de mercado, el comportamiento del consumo y cada grupo deben investigar sobre los tema asignado y **profundizar sobre sus componentes** en el proceso de presta el servicio al cliente teniendo en cuenta los protocolos de la organización a partir de la experiencia de servicio con el mercado objetivo y así identificar de seleccionar los criterios para la caracterización de clientes potenciales, como también identificar las causas de satisfacción e insatisfacción de los clientes. Donde deben responder todos los temas allí consignados. Desde el punto de vista como Técnico en Operaciones comerciales en retail.

PRESENTACION

Terminado el siglo XX, concluyó también la época en la que muchos comerciantes y Directores de cadenas decían: la venta todo tapa y se perdió la oportunidad de ser más eficientes, de medir lo que sucedía detrás de las cajas registradoras, simplemente porque las ventas lo superaban todo y el consumidor compraba por necesidad. Fue así como muchas tiendas y marcas con las que crecimos, cayeron una tras otra como las hojas de un árbol en otoño. Dados estos antecedentes, actualmente, las empresas Retail, han empezado a asimilar, que es preciso medir sus procesos para obtener información pormenorizada y además el cómo y dónde pueden mejorar en sus técnicas para multiplicar sus ventas. (Orozco, 2013)

A propósito, del escenario altamente competido para el sector Retail, dado el desarrollo notable, de las cadenas de supermercados e incorporación de nuevas tecnologías, el SENA, cumpliendo su misión de contribuir al desarrollo social, económico y tecnológico del país, oferta el programa: Técnico en Operaciones Comerciales de Retail; con la intención de integrar personal, a las empresas del sector Retail, que asimilen su estructura y participen de la dinámica de estos establecimientos y cuenten a la vez, de la competencia para responder, ante los cambios desbocados del mercado, antes de que sea demasiado tarde.

Finalmente, en cuanto al ambiente ocupacional para las personas que se vincularían en el trabajo de mercaderistas o impulsadores, en el comercio minorista con asiento en Colombia; es importante advertir, que esta es la segunda ocupación que reporta mayor número de vacantes en Colombia y su tasa de colocación es del 93% (OLO - SENA, 2015), con lo que se demuestra, que las probabilidades de inserción laboral, para los egresados del programa, son positivas. Se suma a ello, el crecimiento del comercio al por menor o retail en Colombia, que en el periodo 2010 a 2015, fue de entre 7% y 10,9%, cifras superiores, al índice de inflación de este periodo, lo cual demuestra el auge de las empresas pertenecientes a este sector (Espacios, 2017).

2. SUSTENTAR EL TRABAJO Cada grupo deberá realizar la actividad del tema del resultado de la competencia ATENCIÓN AL CLIENTE "PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA

ORGANIZACIÓN" y cada grupo REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE. El cual deberán investigar y profundizar sobre el tema donde deben investigar muy bien sobre todo lo relacionado con los conceptos de mercadeo, mescla de mercadeo y mercado, sus características, funciones, atributos y sus estrategias para la presentación de un producto o servicio en los mercados actuales y para poder realizar negocios para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales. Se pueden apoyar con video, revista o entrevistas los cual pueden hacer parte de la presentación del trabajo.

3. Realizar el **ANALISIS** y presentar el trabajo en **Word** y realizar **CARTELERAS (**pueden utilizar cualquier modelo o tipos de herramientas de presentación de diapositivas) deben contener la información requerida del tema de manera resumida o ilustraciones del tema.

4. **Para la evaluación del trabajo se tendrá en cuenta los siguientes criterios, 40% el trabajo, y el 60% la sustentación individual.**

5. ***Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo:***

*Identificar la tipología de clientes teniendo en cuenta el segmento de mercado del punto de venta

*Reconocer momentos de verdad a partir de protocolos de atención del formato comercial Retail

6. **Apropiación de conocimiento:**

7. Los aprendices en los grupos de trabajo investigaran y socializaran al resto de los compañeros (utilizando una metodología escogida por el mismo grupo) en el siguiente contenido de los temas

7.1 El ser humano siempre está involucrado en procesos de comunicación, somos seres sociales y necesitamos estar relacionándonos con los demás, responda las siguientes preguntas:

a. **¿Qué es la comunicación?**

b. **Explique comunicación verbal y no verbal**

c. **¿Qué es Comunicación asertiva?**

d. **¿Porque es importante comunicarnos con los clientes internos y externos?**

e. **Realice un dibujo donde se plasmen todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación**

2. Grupos de trabajos

GRUPO 1

1. KAREN LORENA VILLEGAS MENDOZA
2. MARLEIDYS MARIA BALLESTERO ORTIZ
3. CINDY PAOLA OLIVERO VARGAS
4. MAYLINN PATRICIA ORTIZ URANGO

GRUPO 2

1. EVA SANDITH GARCIA BASTIDAS
2. LINA MARCELA ENZUNCHO MARTINEZ
3. EDILMA ROSA IBARRA RIVAS
4. GISELA TOSCANO ORTEGA
5. ROSA ISELA IBARRA RIVAS

GRUPO 3

1. ROSAURA PEREZ NAVARRO
2. LEIDYS PATRICIA MUENTES VASQUEZ
3. YERIS DAYANA GONZALEZ GONZALEZ
4. KELLY PATRICIA LEON MERCADO

GRUPO 4

1. DENINSON DAMIAN VARGAS RODRÍGUEZ
2. DANIELA SUAREZ VASQUEZ
3. DARLYS DAYANA DÍAZ SALGADO
4. MAYERLIS MATURANA RUBIO
5. ANGELA MARIA RIVAS MARIMON

GRUPO 5

1. NEYLA ESTHER SUAREZ MARTINEZ
2. LIZETH PAOLA LOPEZ SEJIN
3. ANIS ENITH MORALES MONTES
4. LUIS ESTEBAN MONTES MORALES
5. EYDIS PAOLA IBARRA RIVAS

GRUPO 6

1. JAIDER MANUEL GARCES ROMERO
2. ISSHA FERNANDA SOTELO MANJARRES
3. YULIS HOYOS RAMOS
4. YOSELIS ROJAS ROJAS
5. MAIRA ALEJANDRA SUAREZ LUGO

3. Desarrollar la actividad y el día **8 de diciembre** del presente deberán CADA APRENDIZ subir el desarrollo de la actividad hasta la 18 :00. PM de la tarde a la plataforma SAJUNA o en su efecto al correo del instructor Fredy.oviedo@misena.edu.co

1 El trabajo debe contener una portada con los siguientes contenidos: programa de formación, nombre de la competencia, el resultado y tema asignado, numero de ficha, Grupo # integrantes, centro de formación, nombre del instructor y fecha. Tabla de contenido, introducción, desarrollo de la investigación y conclusión

EXITOS PARA TODOS

Base del éxito: **"Insistir, Persistir, Resistir y nunca Desistir "**