1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Servicio al cliente
- Código del Programa de Formación: 12210218
- Nombre del Proyecto: No aplica.
- Fase del Proyecto: No aplica.
- Actividad de Proyecto: No aplica.
- Competencia:
  Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  1. Proporcionar atención y servicio al cliente personal y a través de los medios tecnológicos y los aplicativos disponibles, teniendo en cuenta la comunicación empresarial, los estándares de calidad y las políticas de la organización.

  2. Utilizar los aplicativos (software y hardware) y sus características para la satisfacción de los clientes y el mejoramiento continuo de acuerdo con las políticas de la organización.

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACION

El servicio al cliente, es la herramienta promocional más económica que existe y es un factor fundamental en lo que respecta a adquisición de nuevos clientes y por supuesto, en la permanencia de los clientes actuales.
Indiferentemente de la actividad a la cual se dedique la organización, ésta debe hacer uso y gestión de toda una serie de actividades y estrategias que le permitan garantizar la satisfacción de sus clientes tanto internos como externos, buscando que ese nivel de satisfacción sea incluso mayor que el de sus competidores.
La presente guía de aprendizaje contiene actividades destinadas a fortalecer aspectos relacionados con el servicio al cliente, enmarcado en criterios de calidad.

¡BIENVENIDOS A ESTA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE!

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1 Actividades de Reflexión inicial



3.1.1. En grupos de 3 aprendices, realicen un socio drama de alguna situación que alguno de los aprendices haya vivido como cliente, en la cual hayan recibió ya sea, una buena o una mala atención. Responda a las siguientes preguntas y posteriormente, socialice en el ambiente de aprendizaje:

- **a.** ¿Qué factores considera hicieron que el servicio que recibió fuese bueno ó malo?
- **b.** ¿Cuál fue la actitud y presentación de la persona que le brindó el servicio?
- **c.** ¿Considera que el servicio que se le brindó, se hizo de forma estructurada y planificada?
- **d.** ¿La empresa/persona que realizó el servicio, recibió retroalimentación al respecto?

3.1.2. Individualmente apliquen la herramienta DOFA e identifique sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en el servicio al cliente.

Ambientes de Aprendizaje
Materiales:

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

3.2.1 Conformar equipos de trabajo de máximo 5 aprendices y participar en la "trivia del servicio"**.** Dicho juego consiste en contestar preguntas sobre conocimientos generales de servicio al cliente. Cada pregunta tiene un valor en puntos dependiendo de la categoría y cuenta con tres opciones de respuesta.

Este juego promueve una sana competitividad y podrán saber cuánto conocen de servicio al cliente y lo más importante, aprenderán sobre esto.

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

3.3.1 Actividad 1. CLIENTES Y TIPOS DE CLIENTES

Formar equipos de trabajo de 4 integrantes y consultar lo siguiente:

1. Definan que es un cliente.
2. Consulte los tipos de clientes según su comportamiento que pueden existir.

3.3.2 Actividad 2. CLIENTES Y TIPOS DE CLIENTES (CONT)

Ya sabes que es un cliente y que tipos de clientes existen, ahora demuéstralo con un juego de roles, con tus compañeros planea un juego de roles basado en una unidad de negocio en el que veamos diferentes tipos de clientes y que debes y que no debes hacer con cada uno de ellos.

3.3.2.1. Observe las presentaciones sobre los errores en el servicio al cliente y los tipos de trabajadores y componga en grupos de 3 aprendices un socio drama el cual será mostrado a los demás aprendices donde se represente uno de los errores y uno de los trabajadores.



3.3.3. Analice el caso presentado del empleado Marcelo Guevara y responda los siguientes interrogantes:

a. ¿Cuáles son las posibles fallas que tuvo Marcelo al momento de atender a los clientes?

b. ¿Qué responsabilidad tiene la empresa en los errores que cometió Marcelo?

c. ¿Qué beneficio trae para una empresa un buen servicio al cliente?

Este caso de estudio, trata problemas reales que se presentan frecuentemente y llevara a los aprendices al pensamiento crítico en distintos escenarios.

3.3.3 Actividad 3. QUEJAS, SUGERENCIAS Y RECLAMOS

Con base en la lectura “QUEJAS Y RECLAMOS”:

1. Elabore un cuadro sinóptico en el que se vean reflejados el concepto de queja, reclamo, sugerencia y como se debe tratar cada una.
2. Organice una dramatización innovadora en la que se vean reflejados los cinco puntos a seguir para afrontar una queja o reclamo un cliente.

3.3.4 Actividad 4. QUEJAS, SUGERENCIAS Y RECLAMOS (CONT)

Diseñe y elabore un formato de quejas, sugerencias y reclamos y expóngalo ante sus compañeros en el ambiente presencial.

3.3.5. Actividad 5. EQUIPOS DE COMUNICACIÓN Y SERVICIOS TELEFONICOS

Del documento SERVICIO AL CLIENTE , realice lectura del TEMA 4: Equipos de Comunicación y Servicios Telefónicos.

Elabore con su grupo, una dramatización con los errores que se pueden generar dentro del proceso de comunicación empresarial y en la atención al cliente.

3.3.5.1. Dos aprendices voluntarios demostraran a sus compañeros la importancia de la comunicación verbal y no verbal en el servicio al cliente mediante el dictado de dos gráficas. El primer voluntario observara una gráfica y les dictara dicha grafica a sus compañeros haciendo uso solamente de la comunicación verbal. Los demás compañeros seguirán al pie de la letra las indicaciones del aprendiz voluntario para que lleguen lo más acertado posible a la gráfica. Luego con el segundo voluntario se hará lo mismo pero haciendo uso de la comunicación verbal y no verbal.

Al final se abordan las siguientes preguntas:

a) ¿Cuál de las figuras les quedo más parecida y por qué?

b) ¿Es más importante la comunicación verbal o no verbal?

c) ¿Es importante la comunicación en el servicio al cliente y por qué?

1.3.6. Actividad 6. FIDELIZACION

Realice lectura del documento CÓMO ESTABLECER UN PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES y Enuncie y explique las principales estrategias que se pueden adoptar dentro de un programa de fidelización de clientes.

Elabore y presente con su grupo, un informe que contenga la Propuesta de programa de atención y fidelización de clientes para una unidad de negocio.

3.3.7 Actividad 7. CRM - Introducción

Realice lectura del documento CRM CÓMO IMPLEMENTARLO y socialice en sesión plenaria junto con sus compañeros e instructor respondiendo entre otras las siguientes preguntas.

Que es CRM?

Qué valor aporta a la organización?

Qué valor aporta al cliente?

Que tan importante es la tecnología en la implementación del CRM?

3.3.8. Actividad 8. CRM – Casos prácticos (Cont.)

Con base en el documento CRM BENEFICIOS Y CASOS PRACTICOS revise y discuta en grupo algunos casos de implementación del CRM

3.3.9 Actividad 9. CRM – Fases (Cont.)

Con base en el documento CRM LAS 3 FASES MODULO 2 investigue sobre las 3 fases del CRM y elabore un informe en donde especifique como implementaría estas 3 fases en un negocio.

3.3.10 Actividad 10. CRM – REVISION DE ESTRATEGIAS APLICADAS (CONT)

Las fases del CRM se pueden observar en las estrategias que las empresas realizan con diferentes objetivos.

En este ejercicio visitarás los siguientes sitios de Internet,

a) http://www.sony.com

b) http://www.kodak.com

Describe de manera independiente para cada una de las empresas las acciones que están siguiendo para cada una de las fases del CRM.

Incluye una conclusión personal sobre las estrategias de servicio al cliente que están realizando las empresas.

3.3.11 Actividad 11. TECNOLOGIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

1. Individualmente investigue sobre las tecnologías aplicadas al servicio al cliente: teléfono, pbx, fax, internet, celular, correo electrónico, etc. Registre en su cuaderno de notas su investigación que será revisada por el instructor.
2. En grupo de no más de 5 personas y utilizando los materiales que estime pertinentes prepare una exposición basada en la investigación realizada sobre las tecnologías y expóngala a sus compañeros de ficha

3. Observen los videos "Tecnología RFID en SIESA PYMES" https://www.youtube.com/watch?v=P5H-oCR-waE y "IImpacteg con su último sistema RFID para control de universidades " https://www.youtube.com/watch?v=n9THNPvSNmU
4. En grupos de máximo 5 aprendices tomen nota sobre los principales conceptos identificados en los videos introductorios sobre los sistemas de identificación por radio frecuencias observándolos desde el punto de vista del impacto en los procesos de atención a los clientes actuales

3.3.12 Actividad 12. SAV – SISTEMA AUTOMATIZADO DE VENTAS

En el siguiente link investigue sobre el concepto de SAV y elabore un resumen sobre este concepto y sus beneficios: http://es.slideshare.net/AuraLopez3/sav-14703546

3.3.13 Actividad 13. ERP - Enterprise Resource Planning

What is an ERP. Revise el siguiente link en ingles en donde encontrara la definición de ERP. http://es.slideshare.net/celeritechinternational/what-is-an-erpppt

Consultando entre otros los siguientes links indique como funciona un ERP y cuáles son sus principales ventajas y desventajas y cuáles son los principales proveedores de ERP.

http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/erp-definicion-funcionamiento-ventajas-desventajas.htm

http://www.mundosap.com/foro/showthread.php?t=424

3.3.14 Actividad 14. PORTAFOLIO DE SERVICIO

Investigue ¿en qué consiste el portafolio de servicio al cliente y qué debe contener?. Realice un resumen

3.3.15 Actividad 15. CALL CENTER

1. En el ambiente de aprendizaje analiza el siguiente video "**QUE ES UN CALL CENTER**" https://www.youtube.com/watch?v=7KtnMlgxMkQ , identificando las principales características de un call center de servicio al cliente para socializar en grupos.
2. Realizar grupos de no más de 5 aprendices para discutir cual es la utilidad y beneficios de los call center en las empresas para la atención al cliente.

3.3.16 Actividad 16. TRAZABILIDAD

De forma individual realice las siguientes lecturas: "Informe de Trazabilidad del servicio a un cliente"https://sena.blackboard.com/bbcswebdav/institution/CSFANA/Informe_de_trazabilidad_del_servicio_a_un_cliente1.pdf y "Trazabilidad" http://es.wikipedia.org/wiki/Trazabilidad

1. Con el apoyo del instructor discutir sobre los elementos que conforman la trazabilidad que se le realiza al cliente, dejando claros los conceptos que en grupo consideren más importantes.

2. Realizadas las actividades anteriores por grupos de máximo 5 aprendices, mediante observación analice e identifique que conceptos se evidencian aplicados en los servicios de atención al cliente presentes en el entorno, llámese biblioteca, cafetería, entradas y salidas, estacionamiento etc. Definiendo cada concepto visto. (Tomar fotos)

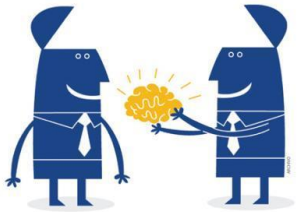
3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

3.4.1. En grupos de máximo 5 personas, Elaboren una encuesta de percepción donde se pueda identificar como se está prestando el servicio.

3.4.2 Realice un ensayo de mínimo una hoja sobre servicio al cliente teniendo en cuenta todos los conocimientos adquiridos en el proceso de formación.

3.4.3 Observar la presentación sobre servicio al cliente por teléfono, y en parejas simular una llamada telefónica donde uno es el cliente y el otro es el que atiende, aplicando las recomendaciones dadas.

3.5. Actividades de Evaluación



Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño : **Evidencias de Producto:** **Informe escrito** **Evidencias de conocimiento:** **Prueba de conocimientos sobre**	• Aplicar actitudes, valores y normas de cortesía, en las relaciones interpersonales de acuerdo con las políticas de la organización. • Emplear las estrategias de atención y de servicio cara a cara y a través de medios tecnológicos de acuerdo con los estándares de calidad y las políticas de la organización. • Describe de manera diligente los servicios ofrecidos por la organización de acuerdo con el Portafolio de servicios, de acuerdo a la política de la organización. • Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados, de acuerdo a la política de la organización. • Maneja cuidadosamente el software disponible para la atención y el servicio al cliente, de acuerdo a las políticas de la organización. • Genera reportes de los clientes y la frecuencia con que visitan la organización de acuerdo, con los requerimientos del sistema de gestión de la calidad	**Lista de chequeo** **Técnica:** Valoración de Producto **Instrumento:** Lista de chequeo

servicio al cliente	(trazabilidad en el servicio). • Aplica de manera atenta las estrategias de atención y de servicio al cliente, a través de los medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la Organización.	**Técnica:** Prueba escrita **Instrumento:** Cuestionario

4. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Competencia:** El concepto de competencia surge de la necesidad de valorar no sólo el conjunto de los conocimientos apropiados (saber) y las habilidades y destrezas (saber hacer) desarrolladas por una persona, sino de apreciar su capacidad de emplearlas para responder a situaciones, resolver problemas y desenvolverse en el mundo. Igualmente, implica una mirada a las condiciones del individuo y disposiciones con las que actúa, es decir, al componente actitudinal y valorativo (saber ser) que incide sobre los resultados de la acción.
- **Ambiente de aprendizaje:** Entorno delimitado en el cual ocurren ciertas relaciones de trabajo formativo.
- **Criterios de Desempeño:** "Resultados que una persona debe obtener y demostrar en situaciones reales de trabajo, con los requisitos de calidad especificados para lograr el desempeño competente."
- **Criterios de Evaluación:** Indicadores que señalan el nivel de logro que deben alcanzar los Alumnos durante su proceso de aprendizaje y que permiten al Instructor emitir un juicio durante el proceso formativo o al final del mismo.

- **Evidencias de conocimiento:** manifestaciones ciertas y claras sobre el aprendizaje del aprendiz, relacionadas con el saber y el comprender; saber que se debe hacer, cómo se debe hacer, por qué se debe hacer y qué se debe hacer cuando las circunstancias cambian; esto incluye el conocimiento de

hechos y procesos, la comprensión de los principios y las teorías y las maneras de utilizar y aplicar el conocimiento en situaciones cotidianas o nuevas.

- **Evidencias de desempeño:** pruebas del saber hacer, relativas al cómo el Aprendiz ejecuta (proceso) una actividad y al resultado obtenido (producto), en donde pone en juego sus conocimientos, habilidades y actitudes. Permite obtener información directa, de mejor calidad y más confiable, sobre la forma como el aprendiz desarrolla el proceso técnico o tecnológico, para así, poder identificar los aprendizajes que posee y los que aún debe alcanzar.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Kotler, Philip. "Dirección de Mercadotecnia". Octava edición. 2001

- Diago Franco, Francisco Eduardo. "Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida." Colombia: Editorial Politécnico Grancolombiano, 2012. (Disponible en: www.biblioteca.sena.edu.co)

- Fonseca Yerena, Maria del Socorro. "Comunicación oral y Escrita". México: PEARSON EDUCACION, 2011

- Aktouf, Omar. "La administración: Entre tradición y renovación". Colombia: Editorial Universidad del Valle, 2009

- Prieto, Jorge Eliecer. "Gerencia del servicio. La clave para ganar todos" Ecoe Ediciones, 2014. (Disponible en: www.biblioteca.sena.edu.co)

- ISO 9001:2015

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	*Equipo de instructores Complementaia*	*Instructores de complementaria*	*Centro de Gestión Tecnológica de Servicios*	2017

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**

	Kelly Melissa Ossa Muñoz	*Instructora complementaria*	**C.G.T.S**	20/10/2017	Adicción de actividades