Prueba de conocimiento COMPETENCIA FASE ANÁLISIS SENA 7/4,4

Institución Educativa: SENA
Programa: MARKETING DIGITAL PARA SISTEMA MODA
Fecha: 27 de Noviembre del 2025
Nombre del aprendiz: Vanesa Muñoz Vidal CC o TI: 1089607131
Competencia: ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA
Resultados de Aprendizaje Alcanzar: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Para el desarrollo de esta prueba cuenta con 40 minutos, la prueba consta de 8 preguntas opción múltiple única respuesta. Lea detenidamente cada uno de los enunciados y escoge la respuesta correcta.

1. **¿Cuál de los siguientes elementos NO es uno de los tres pilares fundamentales que componen el Triángulo del Servicio?**
   A. Sistemas
   B. Estrategia
   C. Personas
   D. Procedimientos.

2. **Según el contenido, ¿cuál es la distinción fundamental entre el Cliente y el Usuario de una marca de moda?**
   A. El Cliente es quien usa o disfruta el producto y el Usuario es quien realiza la transacción económica.
   B. El Cliente es quien toma la decisión de adquisición y el Usuario es la persona que usa o experimenta el valor del producto.
   C. ~~El Cliente es quien interactua en redes sociales y el Usuario es quien compra en la tienda física.~~
   D. El Cliente es siempre Leal y el Usuario es siempre Curioso o Potencial.

3. **En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece requisitos clave para el manejo de información personal. ¿Cuál de los siguientes es un pilar central de esta normativa?**
   A. Limitar el servicio en redes sociales a horarios de oficina.
   B. Definir una paleta de colores coherente con el estilo visual de la marca.
   C. Solicitar permiso explícito (Autorización) antes de recopilar cualquier dato personal.
   D. Publicación de reseñas y testimonios manipulados en redes sociales.

4. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?, la Calidez en el servicio digital se define como:**
   A. Agradecimiento genuino que fideliza a la comunidad (Gratitud).
   B. Resolución efectiva que convierte problemas en oportunidades (Soluciones).
   C. Respuestas rápidas que demuestran que el cliente es prioridad (Velocidad.
   D. Tono amable y cercano que humaniza la marca en cada interacción

5. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?**
   A. ~~Atracción~~
   B. Postventa
   C. Contacto
   D. Uso

6. **¿Cuál es el objetivo principal de un Brief de diseño en el contexto de moda y marketing digital?**
   A. Reemplazar los procesos de comunicación interna de la empresa.
   B. Determinar el precio final de los productos a diseñar.
   C. Establecer las fechas de los próximos eventos de lanzamiento de la marca.
   D. Servir como documento guía para que el equipo creativo entienda la esencia del proyecto, el objetivo y la identidad de la marca.

7. **La segmentación de audiencias que se enfoca en el estilo de vida, valores, intereses y personalidad de las personas se denomina**
   A. Segmentación Geográfica
   B. Segmentación Psicográfica
   C. Segmentación Demográfica
   D. Segmentación Conductual

8. **En el contexto de servicio al cliente, la comunicación asertiva se caracteriza por:**
   A. Adoptar una postura pasiva para evitar cualquier conflicto u ofensa.
   B. Combinar empatía, claridad y respeto, expresando lo necesario sin ofender ni adoptar una postura pasiva.
   C. Responder con rapidez sin incluir una disculpa o empatía, enfocándose solo en la solución.
   D. Manipular la información para evitar que el cliente se sienta insatisfecho.

Powered by CamScanner

Prueba de conocimiento COMPETENCIA FASE ANÁLISIS SENA

7/4,4

Institución Educativa: SENA
Programa: MARKETING DIGITAL PARA SISTEMA MODA
Fecha: 17 de Noviembre 202
Nombre del aprendiz: Jean Carlos Valdez A CC o TI: _____
Competencia: ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA
Resultados de Aprendizaje Alcanzar: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Para el desarrollo de esta prueba cuenta con 40 minutos, la prueba consta de 8 preguntas opción múltiple única respuesta. Lea detenidamente cada uno de los enunciados y escoge la respuesta correcta.

1. **¿Cuál de los siguientes elementos NO es uno de los tres pilares fundamentales que componen el Triángulo del Servicio?**
   A. Sistemas
   B. Estrategia
   C. Personas
   X Procedimientos.

2. **Según el contenido, ¿cuál es la distinción fundamental entre el Cliente y el Usuario de una marca de moda?**
   A. El Cliente es quien usa o disfruta el producto y el Usuario es quien realiza la transacción económica.
   X El Cliente es quien toma la decisión de adquisición y el Usuario es la persona que usa o experimenta el valor del producto.
   C. El Cliente es quien interactúa en redes sociales y el Usuario es quien compra en la tienda física.
   D. El Cliente es siempre Leal y el Usuario es siempre Curioso o Potencial.

3. **En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece requisitos clave para el manejo de información personal. ¿Cuál de los siguientes es un pilar central de esta normativa?**
   A. Limitar el servicio en redes sociales a horarios de oficina.
   B. Definir una paleta de colores coherente con el estilo visual de la marca.
   X Solicitar permiso explícito (Autorización) antes de recopilar cualquier dato personal.
   D. Publicación de reseñas y testimonios manipulados en redes sociales.

4. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?, la Calidez en el servicio digital se define como:**
   A. Agradecimiento genuino que fideliza a la comunidad (Gratitud).
   B. Resolución efectiva que convierte problemas en oportunidades (Soluciones).
   C. Respuestas rápidas que demuestran que el cliente es prioridad (Velocidad.
   X Tono amable y cercano que humaniza la marca en cada interacción

5. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?**
   A. Atracción
   B. Postventa
   C. Contacto
   X Uso

6. **¿Cuál es el objetivo principal de un Brief de diseño en el contexto de moda y marketing digital?**
   A. Reemplazar los procesos de comunicación interna de la empresa.
   B. Determinar el precio final de los productos a diseñar.
   C. Establecer las fechas de los próximos eventos de lanzamiento de la marca.
   X Servir como documento guía para que el equipo creativo entienda la esencia del proyecto, el objetivo y la identidad de la marca.

7. La segmentación de audiencias que se enfoca en **el estilo de vida, valores, intereses y personalidad de las personas se denomina**
   A. Segmentación Geográfica
   B. Segmentación Psicográfica
   C. Segmentación Demográfica
   X Segmentación Conductual

8. **En el contexto de servicio al cliente, la comunicación asertiva se caracteriza por:**
   A. Adoptar una postura pasiva para evitar cualquier conflicto u ofensa.
   X Combinar empatía, claridad y respeto, expresando lo necesario sin ofender ni adoptar una postura pasiva.
   C. Responder con rapidez sin incluir una disculpa o empatía, enfocándose solo en la solución.
   D. Manipular la información para evitar que el cliente se sienta insatisfecho.

Powered by CamScanner

Prueba de conocimiento COMPETENCIA FASE ANÁLISIS SENA

7/4,4.

Institución Educativa: SENA
Programa: MARKETING DIGITAL PARA SISTEMA MODA
Fecha: Noviembre 27 2025
Nombre del aprendiz: Sebastian Castaño Velez CC o TI: 1089607984
Competencia: ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA
Resultados de Aprendizaje Alcanzar: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Para el desarrollo de esta prueba cuenta con 40 minutos, la prueba consta de 8 preguntas opción múltiple única respuesta. Lea detenidamente cada uno de los enunciados y escoge la respuesta correcta.

1. **¿Cuál de los siguientes elementos NO es uno de los tres pilares fundamentales que componen el Triángulo del Servicio?**
   A. Sistemas
   B. Estrategia
   C. Personas
   D. Procedimientos.

2. **Según el contenido, ¿cuál es la distinción fundamental entre el Cliente y el Usuario de una marca de moda?**
   A. El Cliente es quien usa o disfruta el producto y el Usuario es quien realiza la transacción económica.
   B. El Cliente es quien toma la decisión de adquisición y el Usuario es la persona que usa o experimenta el valor del producto.
   C. El Cliente es quien interactúa en redes sociales y el Usuario es quien compra en la tienda física.
   D. El Cliente es siempre Leal y el Usuario es siempre Curioso o Potencial.

3. **En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece requisitos clave para el manejo de información personal. ¿Cuál de los siguientes es un pilar central de esta normativa?**
   A. Limitar el servicio en redes sociales a horarios de oficina.
   B. Definir una paleta de colores coherente con el estilo visual de la marca.
   C. Solicitar permiso explícito (Autorización) antes de recopilar cualquier dato personal.
   D. Publicación de reseñas y testimonios manipulados en redes sociales.

4. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?, la Calidez en el servicio digital se define como:**
   A. Agradecimiento genuino que fideliza a la comunidad (Gratitud).
   B. Resolución efectiva que convierte problemas en oportunidades (Soluciones).
   C. Respuestas rápidas que demuestran que el cliente es prioridad (Velocidad.
   D. Tono amable y cercano que humaniza la marca en cada interacción

5. **En el Ciclo del Servicio, ¿en qué etapa se encuentra el cliente cuando experimenta y disfruta del producto adquirido?**
   A. Atracción
   B. Postventa
   C. Contacto
   D. Uso

6. **¿Cuál es el objetivo principal de un Brief de diseño en el contexto de moda y marketing digital?**
   A. Reemplazar los procesos de comunicación interna de la empresa.
   B. Determinar el precio final de los productos a diseñar.
   C. Establecer las fechas de los próximos eventos de lanzamiento de la marca.
   D. Servir como documento guía para que el equipo creativo entienda la esencia del proyecto, el objetivo y la identidad de la marca.

7. **La segmentación de audiencias que se enfoca en el estilo de vida, valores, intereses y personalidad de las personas se denomina**
   A. Segmentación Geográfica
   B. Segmentación Psicográfica
   C. Segmentación Demográfica
   D. Segmentación Conductual

8. **En el contexto de servicio al cliente, la comunicación asertiva se caracteriza por:**
   A. Adoptar una postura pasiva para evitar cualquier conflicto u ofensa.
   B. Combinar empatía, claridad y respeto, expresando lo necesario sin ofender ni adoptar una postura pasiva.
   C. Responder con rapidez sin incluir una disculpa o empatía, enfocándose solo en la solución.
   D. Manipular la información para evitar que el cliente se sienta insatisfecho.

Powered by CamScanner