PROCESO DE DIRECCIÓN DE FORMACION PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO DE APRENDIZAJE
Guía de aprendizaje número ocho (8)

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Asesoría Comercial
- **Código del Programa de Formación:** 631101
- **Nombre del Proyecto:** Desarrollo del proceso de venta en empresas de la región
- **Fase del Proyecto:** Ejecución
- **Actividad de Proyecto:** Vender productos y servicios teniendo en cuenta los requerimientos de los clientes

Competencia:260101034-MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGIAS DE EVALUACION Y SEGUIMIENTO -192 HORAS

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  1) EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN- (48 HORAS)
  2) DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO (144 HORAS)

  DURACION DE ESTA GUIA 40 HORAS
  FECHA DE ENTREGA LIMITE: DICIEMBRE 15 DE 2020

PRESENTACION:

El aprendiz, una vez conocido en guías anteriores, el significado de servicio, el triángulo del servicio, conocerá la diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente, como también el ciclo del servicio y ejemplos claves de momentos de verdad. Una estudiada esta guía, el aprendiz estará en capacidad de hacer un seguimiento de la calidad del servicio prestado, así como sabrá, como aplicar estrategias para mejorar el servicio, protocolos adecuados en el servicio, para lograr la satisfacción del cliente y será competente para mejorar las condiciones básicas del servicio para la fidelización de clientes.

DIFERENCIA ENTRE SERVICIO AL CLIENTE Y ATENCION AL CLIENTE:

Se conoce como **servicio al cliente** a la estrategia que implementan las empresas para satisfacer las necesidades de sus **clientes**, mientras que la **atención** refiere más a cómo hacemos sentir al **cliente** al contactarse con nosotros, independientemente si finalmente prestamos un **servicio** o no.

CICLO DEL SERVICIO:

Es el conjunto de actividades que el cliente se ve obligado a realizar para adquirir un producto o **servicio**. Es un mapa de los momentos de verdad que experimenta el cliente, gratificados en su presencia lógica, dichos **ciclos** se activan cada vez que el cliente entra en contacto con la empresa.

¿Cuáles son los protocolos de servicio?

¿Qué son los **protocolos de servicio** al cliente? Los **protocolos de servicio** al cliente son un conjunto único de reglas que explican la conducta y los procedimientos correctos que deben seguir los empleados de una organización o empresa, respecto al trato con los clientes, la comunicación y otras formas de interacción.

Escaneado con CamScanner

¿QUE ES Y PARA QUE SIRVE UN PROTOCOLO DEL SERVICIO?:
Un **protocolo** de atención y **servicio** al cliente, 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.

¿QUE ES UNA ESTRATEGIA DE SERVICIO?
Una **estrategia** es un plan **que** muestra como una organización alcanzará una serie de objetivos. La **Estrategia de Servicios** muestra como un proveedor de **servicios** usará los **servicios, se refiere al plan de acción que ejecutará.** Para lograr la completa satisfacción del cliente y conseguir los resultados esperados por los clientes.
¿QUE ES LA ETIQUETA Y PROTOCOLO EN EL SERVICIO AL CLIENTE?
El protocolo y la **etiqueta** son el conjunto de normas y conductas que debe llevar una persona ante un evento, como saber tratar a los demás, el cómo comportarse, y saber cómo llegar a la sociedad de una forma educada y agradable, mediante la aplicación de las normas de cortesía.

¿Qué término describe la funcionalidad ofrecida por un servicio?
Costo, Utilidad, Garantía, Riesgo. ... Mediante la definición de la demanda de **servicios** través de una combinación de prácticas Mediante un solo equipo funcional al implementar la automatización de procesos.

¿QUE ES LA ETIQUETA DE UNA EMPRESA?
Es el conjunto de modales y comportamientos para llevar un buen ambiente laboral. Pese a que unos son más comunes que otros, se relacionan con las normas de convivencia que las empresas establecen a partir de valores como el respeto, la honestidad, la tolerancia, la fidelidad, el cumplimiento.
¿Qué práctica identifica métricas que reflejan la experiencia del cliente con un servicio?
Mejora continua, Mesa de **servicios,** Gestión de niveles de **servicio,** Gestión de problemas. ... Asegurar que los incidentes se resuelvan en los plazos de tiempo acordados con el **cliente**
¿Qué es mejora continua del servicio?
La **mejora** del **servicio** es la acción **continua** de todo sistema de gestión para lograr los objetivos deseados. ... El proceso de **mejora continua** se aplica en todas las etapas de un proceso de **servicios** las cuales pueden ser: estrategia de **servicio**, diseño de **servicio**, transición de **servicio** y operación de **servicio**.

¿Qué es SVS en ITIL?
El sistema de valores de servicio (**SVS**) es un componente clave de **ITIL®4**, que facilita la creación conjunta de valores. Describe cómo todos los componentes y actividades de una organización trabajan juntos para permitir la creación de valor.

Métodos prácticos para medir la calidad del servicio

Medir la calidad del servicio es necesario para poder mantenerse en el mercado. Y aunque no es lo mismo que la satisfacción del cliente, que tiene sus propios métodos, existe una correlación fuerte y positiva entre ambas .

Escaneado con CamScanner

PAGINA DOS

METRICAS PARA MEDIR EL SERVICIO:

SERVQUAL:

Este es el método más común para medir los elementos subjetivos de la calidad del servicio. A través de una encuesta se le pide a los clientes que califiquen el servicio entregado en comparación con sus expectativas.

Sus preguntas hacen referencia a lo que SERVQUAL afirma que son los 5 elementos de la calidad del servicio : RATER, por sus siglas en inglés.

- **Fiabilidad** - la capacidad de entregar el servicio prometido de una manera consistente y precisa.
- **Confianza** - el nivel de conocimiento y la cortesía de los empleados, y hasta qué punto crean confianza y seguridad.
- **Tangibles** - la apariencia; por ejemplo, del edificio, sitio web, equipo y empleados.
- **Empatía** - hasta qué punto los empleados se preocupan y prestan atención individual.
- **Capacidad de respuesta** - qué tan dispuestos están los empleados a ofrecer un servicio rápido.

Compras misteriosas

Esta es una técnica popular que se usa en tiendas, hoteles y restaurantes, pero que también funciona para cualquier otro servicio. Consiste en contratar a un "cliente encubierto" para que pruebe la calidad de tu servicio, o en ponerse un bigote falso e ir tú mismo, por supuesto.

El agente encubierto evalúa entonces el servicio basándose en una serie de criterios, por ejemplo, los proporcionados por SERVQUAL. Esto ofrece más información que la simple observación de cómo trabajan tus empleados. Lo que probablemente será excepcional...mientras el jefe esté por ahí.

Algo similar se hace con los sistemas de tickets como Help Scout, donde puedes evaluar la respuesta del servicio desde la bandeja de entrada de tu correo electrónico.

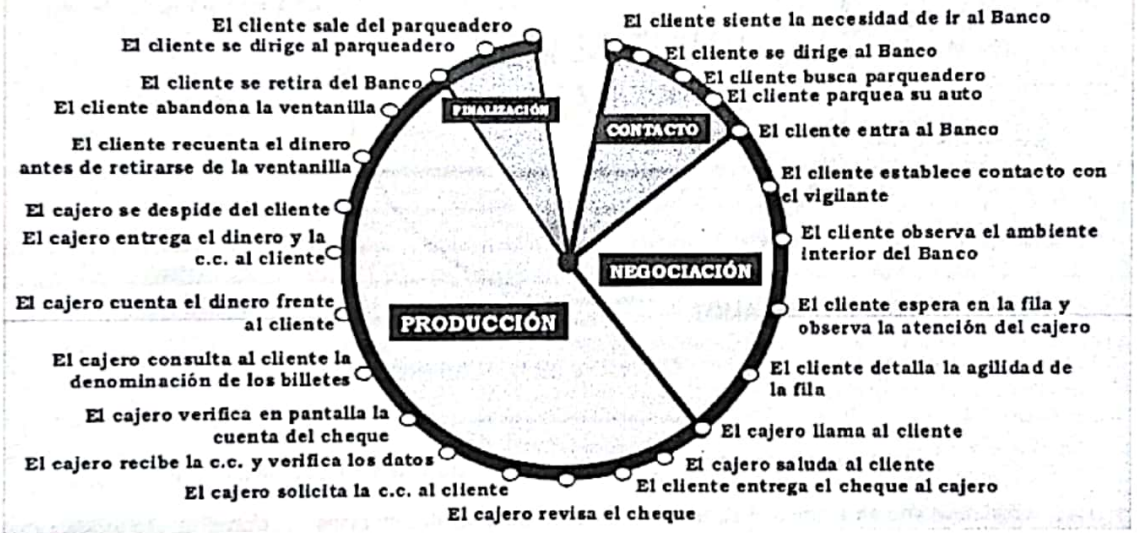
Escaneado con CamScanner

A continuación miremos un ejemplo del ciclo de servicio que se da cuando un cliente va al banco a cambiar un cheque:

PAGINA TRES

*CICLO DE SERVICIO

Ciclo de Servicio del Proceso de Cambio de Cheque en un Banco



Veamos, cuales son los momentos de verdad a que se enfrenta un cliente cuando necesita el servicio de restaurante:

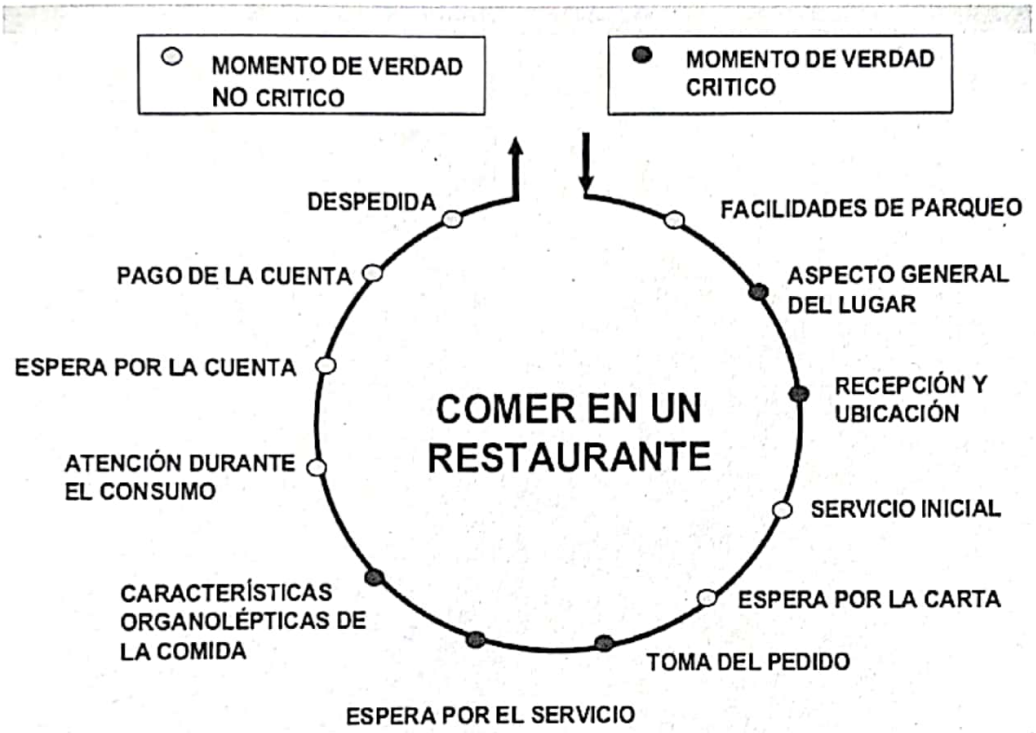
En esos momentos de verdad es cuando elcliente evalua cadamuna de estos, dándole una calificación mental y lo compara con las expectativas que tenia respecto a este servicio o a este restaurante en partícular y de allí en adelante decidirá si regresa o definitivamente se equivocó

Porque no era lo que esperaba.

PAGINA CUATRO

Escaneado con CamScanner

Escaneado con CamScanner



ACTIVIDAD NUMERO UNO DEL APRENDIZ DE LA GUIA NUMERO OCHO DE ASESORIA COMERCIA

1) elabore con su propias palabras un esquema del ciclo de servicios de la compra de una prenda de vestir en un almacén XY, ubicado dentro de un centro comercial de la ciudad.

2) en caso que a usted le correspondiera redactar un manual de protocolo y servicio al cliente, escriba 5 puntos importantes que el mesero de un restaurante distinguido, aplicaría al pie de la letra, donde utilice correctamente las normas de cortesía y protocolo de atención, para que el cliente se sienta cómodo y bien atendido.

3) ¿ porque cree usted que son importantes los momentos de verdad y en que benefician a la empresa, al cliente y los empleados que evalúan el servicio?

Realice esta actividad y envíela a su instructor por los medios utilizados hasta ahora, desarrollela en Word o manuscrito en hojas tamaño carta, antes del 13 de diciembre de 2020. **(ULTIMA GUIA AÑO 2020)**

FELIZ FIN DE AÑO PARA TODOS