



## Atención al Cliente por Medios Tecnológicos

La relación entre los clientes y las organizaciones ha pasado de ser una simple transacción comercial y se ha convertido en una experiencia que debe ser fluida, eficiente y personalizada; de tal forma, que el cliente se convierta en el centro de la operación para lograr su fidelización y garantizar la sostenibilidad de la organización. Aunado a esto, y bajo las circunstancias actuales propiciadas por la pandemia y el cambio tecnológico dado por la Revolución 4.0, surgen nuevas realidades sociales y retos en atención al cliente; donde las organizaciones deben tender a la omnicanalidad para permitir acceso continuo por parte del cliente a través de la implementación de nuevas tecnologías en su gestión, con estándares de calidad adecuados y aplicando los protocolos de servicio y etiqueta organizacional.

De hecho, en un estudio de 2019 sobre omnicanalidad de las empresas del país, se encontró que la mayoría de las firmas, medianas y grandes, han duplicado en los últimos 5 años sus canales para interactuar con el usuario y en promedio ofrecen 3.8 canales de atención para mejorar la experiencia del cliente. De estos los de mayor preferencia entre los clientes son el correo electrónico y los sitios web seguidos, y en amplio crecimiento, por el chat, aplicaciones de interfaz de programas (API), Facebook y el teléfono. Entre los sectores que brindan una mejor experiencia en atención a sus clientes, a través de diferentes canales, están servicios administrativos, financieros, retail, medios y telecomunicaciones y hotelería y turismo.

Por ello, es importante propender por la actualización y formación en Atención y Servicio al Cliente utilizando medios tecnológicos de tal forma que permita a la organización implementar y mantener diferentes canales de atención al cliente, y a su talento humano tener las competencias adecuadas para tan importante labor; máxime si se tiene en cuenta que en el mundo los canales digitales crecen rápidamente por la necesidad de los clientes para ser atendidos rápidamente en cualquier horario y lugar.

Por este motivo el curso de Atención al cliente por medios tecnológicos impartido por el SENA, en la modalidad de Formación Complementaria, está dirigido al talento humano de todo tipo de organizaciones, públicas y privadas. Y se orienta a desarrollar y actualizar las competencias del aprendiz en atención al cliente, pero, a diferencia de otros cursos, haciendo énfasis en el uso de los diferentes canales y herramientas tecnológicas con la finalidad de mejorar la gestión de la organización y hacer uso efectivo de las mismas en el relacionamiento con el cliente. De esta forma se aporta una visión global a sus participantes en el marco de la mejora continua y el fortalecimiento de sus competencias laborales.



## Contenido

### Unidad 1

- Medios tecnológicos: definición, clasificación, usos e importancia en el servicio al cliente.
- Redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, software CRM de licencia abierta y licenciados.
- La organización: concepto, estructura, políticas y lineamientos estratégicos.
- Manual de funciones y procedimientos: concepto y consideraciones generales.
- Portafolio de servicios.

### Unidad 2

- Cliente: tipos, clasificación y condición (física, humana, social).
- Atención al cliente: tipos, clasificación, condición, estrategias, canales y protocolos.
- Comunicación: verbal, no verbal y escrita.

### Unidad 3

- Manual de funciones y procedimientos: concepto y consideraciones generales.
- Servicio: definición, clasificación, triángulo de servicio.
- Ciclo del servicio - momentos de verdad: definición, identificación, estrategias de acción.
- Confidencialidad en el manejo de la información: ética, responsabilidad, legislación y políticas organizacionales.

### Unidad 4

- PQRSDf: conceptos, tipos y normativa.
- Evaluación del servicio: valor agregado, encuestas, buzón de sugerencias
- Factores claves para el éxito del servicio al cliente.
- Trazabilidad de servicio al cliente y mejora continua en los procesos de servicio al cliente.

## Habilidades que Desarrolla

### Unidad 1

- Aplicar los estándares de calidad en la atención al cliente por medios tecnológicos.
- Desarrollar actitudes que favorezcan las relaciones con los clientes.
- Usar el protocolo organizacional en la atención al cliente por medios tecnológicos escritos (correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales).
- Utilizar la etiqueta e imagen organizacional en la atención al cliente por medios tecnológicos orales (llamada y video llamada).



- Emplear el portafolio de servicios para la atención al cliente por los diferentes canales dispuestos por la organización.

## Unidad 2

- Usar el protocolo organizacional en la atención al cliente por medios tecnológicos escritos (correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales).
- Utilizar la etiqueta e imagen organizacional en la atención al cliente por medios tecnológicos orales (llamada y video llamada).
- Emplear el portafolio de servicios para la atención al cliente por los diferentes canales dispuestos por la organización.
- Cumplir con el tiempo de atención establecido en los estándares organizacionales para cada uno de los canales disponibles.
- Guiar al cliente en el uso de las diferentes herramientas disponibles en los canales habilitados por la organización (envío y recepción de documentos, validación de información, etc).

## Unidad 3

- Ofrecer servicios que cumplan con los requisitos y necesidades de los clientes.
- Hacer seguimiento a las solicitudes del cliente.
- Tratar la información del cliente con confidencialidad.

## Unidad 4

- Evaluar la calidad del servicio ofrecido al cliente.

## Requisitos de Ingreso

Se requiere que el Aprendiz AVA tenga dominio de las condiciones básicas relacionadas con el manejo de herramientas informáticas y de comunicación: correo electrónico, chats, internet, navegadores y otros sistemas y herramientas tecnológicas necesarias para la formación virtual.

Inscríbese aquí!

