



Atención al cliente por medios tecnológicos

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA
Nivel de formación: **complementaria**

01 Presentación

Estudia Atención al cliente por medios tecnológicos

En este programa de formación aprenderás a conceptualizar e identificar los factores de atención y servicio al cliente, emplear estrategias y clasificar los medios tecnológicos, así como el identificar los protocolos y políticas de la empresa para dar respuesta a las necesidades del cliente, y posteriormente evaluar la atención y servicio al cliente.

Como egresado SENA, podrás desempeñarte en diferentes compañías, donde apoyarás a implementar, mantener e integrar la omnicanalidad por medios tecnológicos, con el objeto de establecer una conversación fluida, a través de procesos eficientes, unificados y estándares de calidad adecuados para la atención al cliente.

Este programa tendrá una duración de 48 horas y se impartirá en modalidad 100 % virtual. Para inscribirte, debes contar con un computador o *tablet* con acceso a internet.

¡Súmate a esta propuesta de formación y haz parte de los miles de colombianos que le apuestan al cambio!

Inscríbete en www.senasofiaplus.edu.co



Código
12210544



Horas
48



Duración
1 Mes



Modalidad
Virtual



02 Justificación del programa

La relación entre los clientes y las organizaciones ha evolucionado de ser una simple transacción comercial a convertirse en una experiencia que debe ser fluida, eficiente y personalizada. Este cambio busca colocar al cliente en el centro de la operación para lograr su fidelización y garantizar la sostenibilidad de la organización. Además, bajo las circunstancias actuales propiciadas por la pandemia y el cambio tecnológico impulsado por la Revolución 4.0, surgen nuevas realidades sociales y retos en atención al cliente. En este contexto, las organizaciones deben avanzar hacia la omnicanalidad, permitiendo un acceso continuo al cliente mediante la implementación de nuevas tecnologías en su gestión, con estándares de calidad adecuados y aplicando protocolos de servicio y etiqueta organizacional.

Según un estudio de 2019 sobre la omnicanalidad en las empresas del país, la mayoría de las firmas medianas y grandes han duplicado en los últimos cinco años sus canales de interacción con el usuario y, en promedio, ofrecen 3.8 canales de atención para mejorar la experiencia del cliente. Entre estos, los más preferidos por los clientes son el correo electrónico y los sitios web, seguidos, y en amplio crecimiento, por el chat, las aplicaciones de interfaz de programas (API), Facebook y el teléfono.

Los sectores que proporcionan una mejor experiencia en atención al cliente a través de diferentes canales son los servicios administrativos, financieros, retail, medios y telecomunicaciones, así como hotelería y turismo. En contraste, los sectores gubernamentales y ONGs, consultoría y servicios TI y software se encuentran en los últimos lugares en proporción de canales para atención al cliente. Para que una organización sea considerada omnicanal, debe integrar al menos cinco canales de atención de forma simultánea, tales como email, web, chat, teléfono y autoservicio. Asimismo, esta omnicanalidad implica un cambio cultural en la organización, promoviendo una conversación fluida con el cliente mediante procesos eficientes y unificados en todas sus áreas.

Por ello, es crucial fomentar la actualización y formación en Atención y Servicio al Cliente mediante medios tecnológicos, permitiendo a la organización implementar y mantener diversos canales de atención al cliente. Es igualmente vital que el talento humano posea las competencias adecuadas para realizar esta importante labor, especialmente dado que los canales digitales están creciendo rápidamente debido a la necesidad de los clientes de ser atendidos en cualquier horario y lugar. Se estima que solo el 45% de las organizaciones cuentan con personal capacitado para este tipo de atención, y en el mercado no abundan cursos con un enfoque específico en atención al cliente a través de medios tecnológicos.

En respuesta a esta necesidad, el curso de Atención al Cliente por Medios Tecnológicos ofrecido por el SENA, en la modalidad de Formación Complementaria, está dirigido al talento humano de todo tipo de organizaciones, tanto públicas como privadas. Este curso se enfoca en desarrollar y actualizar las competencias del aprendiz en atención al cliente, haciendo hincapié en el uso de diversos canales y herramientas tecnológicas para mejorar la gestión de la organización y optimizar el uso de estas herramientas en la relación con el cliente. De esta manera, se proporciona una visión global a los participantes en el marco de la mejora continua y el fortalecimiento de sus competencias laborales.

03 Competencia a desarrollar

- 210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

04 Perfil de ingreso

- Haber aprobado satisfactoriamente los requisitos de grado 5° de primaria.
- Tener 14 años cumplidos.
- Cumplir con el trámite de selección definido por el SENA.

05 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad del proyecto educativo en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que, en todo caso, recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente, la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- El instructor – Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- El trabajo colaborativo.