

A woman with long brown hair, wearing a white button-down shirt and a black headset with a microphone, is smiling and looking towards the right. She is sitting at a desk with a laptop in front of her. In her left hand, she holds a pen, and in her right hand, she holds a clipboard. The background is a bright office space with large windows and green plants. The right side of the image features a large orange graphic element with a dark blue rectangular box containing the title text.

Atención al cliente por medios tecnológicos



01 **Presentación**

Estimado aprendiz, bienvenido al programa de formación complementaria “Atención al cliente por medios tecnológicos” en este curso los aprendices se capacitarán con los objetivos base de conocer y aprender sobre atención al cliente por medios tecnológicos.

En el tiempo de capacitación de este curso, los aprendices podrán, en primer lugar; conceptualizar e identificar los factores de atención y servicio al cliente, en segundo lugar; podrá emplear estrategias y clasificar los medios tecnológicos, en tercer lugar; identificará los protocolos y políticas de la empresa para dar respuesta a las necesidades del cliente, en cuarto y último lugar; evaluará la atención y servicio al cliente.

Lo anterior de acuerdo con el procedimiento de servicio y normativa, el cual le permitirá brindar una adecuada atención a clientes.

Información del programa

Click para ver el video

**Código**
12210019

**horas**
48

**Duración**
1 mes

**Modalidad**
Virtual



02 Justificación del programa

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. Y en los últimos lugares de proporción en canales para atención a los clientes están los sectores gubernamentales y ONGs, consultoría y servicios TI y software.

Adicional a ello se considera que para que una organización sea omnicanal debe integrar al menos 5 canales de atención de forma simultánea tales como email, web, chat, teléfono y autoservicio. Y que, además, esta omnicanalidad implica que en la organización se dé un cambio cultural a través de una conversación fluida con el cliente mediante procesos eficientes y unificados en todas sus áreas.

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. Se estima que sólo el 45% de las organizaciones cuentan con personas capacitadas para este tipo de atención aunado a que en el mercado no se encuentran cursos con énfasis específico en atención al cliente por medios tecnológicos.





02 Justificación del programa

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.



03 Competencias a desarrollar

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

04 Perfil de ingreso

Aspirante de 18 años de edad

- › Título de bachiller
- › 2 meses de experiencia en atención al cliente
- › Conocimientos en ofimática
- › Sin restricciones de ingreso, a nivel de discapacidad física o cognitiva

05 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación 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 virtuales de aprendizaje, 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 que hacer 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

