|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA CUESTIONARIO | | | | | | | | | |
| Generalidades de la actividad   * Las indicaciones, el mensaje de correcto e incorrecto debe estar la redacción en segunda persona. * Diligenciar solo los espacios en blanco. * El aprendiz recibe una retroalimentación cuando responde de manera correcta o incorrecta cada pregunta. * Señale en la columna Rta. Correcta con una (x) de acuerdo con las opciones presentadas. * Al final de la actividad se muestra una retroalimentación de felicitación si logra el 70% de respuestas correctas o retroalimentación de mejora si es inferior a este porcentaje.   Para sugerir este tipo de actividad tener presente equipo de Diseño Instruccional, que solo debe haber máximo doce opciones de pregunta y que cada campo tiene un límite de palabras permitidas para garantizar el responsive web. | | | | | | | | | |
| Instrucciones para el aprendiz | | | | *Esta actividad le permitirá determinar el grado de apropiación de los contenidos del componente formativo:* ***Prospección de clientes.***  *Antes de su realización, se recomienda la lectura del componente formativo mencionado. Es opcional (no es calificable), y puede realizarse todas las veces que se desee.*  *Lea la pregunta de cada ítem y seleccione la respuesta correcta.* | | | | | |
| Nombre de la Actividad | | | | Apropiación de conceptos. | | | | | |
| Objetivo de la actividad | | | | Apropiarse de los conocimientos asociados a la prospección de clientes, así como su tipología, los mercados en los cuales se desenvuelven y las estrategias que se utilizan para atraerlos, retenerlos y fidelizarlos. | | | | | |
| PREGUNTAS | | | | | | | | | |
| Pregunta 1 | | | | Es el principal objetivo hacia donde la empresa realiza su mayor esfuerzo; hacía él todos los planes y las estrategias de mercadeo deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en función de ese cliente. | Rta(s) correcta(s) (x) | | | | |
| Opción a) | | El cliente | | | X | | | | |
| Opción b) | | Las empresas | | |  | | | | |
| Opción c) | | Mercados de gobierno | | |  | | | | |
| Opción d) | | El mercado de consumo | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 2 | | | | Se compone por todas aquellas personas que adquieren o compran bienes y servicios y luego lo utilizan para satisfacer sus necesidades finales. Tiene un papel importante en el desarrollo socioeconómico de una economía. | | | | | |
| Opción a) | | El cliente | | |  | | | | |
| Opción b) | | Las empresas | | |  | | | | |
| Opción c) | | Mercados de gobierno | | |  | | | | |
| Opción d) | | El mercado de consumo | | | X | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 3 | | | | Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones. | | | | | |
| Opción a) | | Los clientes de los mercados industriales | | |  | | | | |
| Opción b) | | Las empresas | | |  | | | | |
| Opción c) | | Mercados de gobierno | | | X | | | | |
| Opción d) | | El mercado de consumo | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 4 | | | | Son todas las empresas que demandan los satisfactores que produce una empresa, con el propósito de usarlos en su proceso de producción. | | | | | |
| Opción a) | | Los clientes de los mercados industriales | | | X | | | | |
| Opción b) | | Mercados de gobierno | | |  | | | | |
| Opción c) | | El mercado de consumo | | |  | | | | |
| Opción d) | | El cliente | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 5 | | | | El Marketing relacional de acuerdo con Gronroos (1994), es el “conjunto de relaciones a corto plazo que las empresas pretenden crear, mantener y fomentar con clientes, con el objetivo de alcanzar una relación sólida y duradera. | | | | | |
| Opción a) | | Falso | | | X | | | | |
| Opción b) | | Verdadero | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 6 | | | | Los negocios internacionales involucran el proceso de exportación e importación de algún producto entre países o naciones. | | | | | |
| Opción a) | | Verdadero | | | X | | | | |
| Opción b) | | Falso | | |  | | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 7 | | | | Para atraer clientes a la empresa, soportados en el portafolio de productos y su valor agregado, esta debe seguir un proceso de captación. | | | | | |
| Opción a) | Verdadero | | | | | X | | | |
| Opción b) | Falso | | | | |  | | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 8 | | | | Las empresas no deben gastar su tiempo en revisar aquellos clientes que compraron y que no volvieron hacerlo por alguna razón. | | | | | |
| Opción a) | Verdadero | | | | | |  | | |
| Opción b) | Falso | | | | | | X | | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 9 | | | | Los clientes potenciales son aquellos que adquirirán alguno de los productos o servicios que son ofertados por la empresa, pero aún no deciden la compra. | | | | | |
| Opción a) | Falso | | | | | | |  | |
| Opción b) | Verdadero | | | | | | | X | |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| Pregunta 10 | | | | Los clientes de compra frecuente asisten a comprar en periodos irregulares; los de compra habitual son menos asiduos, pero tienen alta probabilidad de convertirse en compradores frecuentes; y los de compra ocasional son aquellos que acostumbran a hacer visitas regulares y su interés se enfoca en las promociones u ofertas. | | | | |  |
| Opción a) | | | Falso | | | | | | X |
| Opción b) | | | Verdadero | | | | | |  |
| Comentario respuesta correcta | | | | ¡Muy bien! Ha acertado la respuesta. | | | | | |
| Comentario respuesta incorrecta | | | | Lo sentimos, su respuesta no es la correcta. | | | | | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | | | | | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | | | *¡Excelente! Ha superado la actividad.* | | | | | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70% | | | | *Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica.* | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Revisión de Estilo** |  |  |
| **Revisión Asesor metodológico** |  |  |