|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Identificación y análisis del cliente ideal .*  *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 afirmación de cada ítem y luego señale verdadero o falso según corresponda.* | |
| Nombre de la Actividad | | *El cliente ideal.* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre la gestión e identificación de los clientes.* | |
| Texto descriptivo | | *Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija entre verdadero y falso según corresponda.* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***El concepto de cliente ideal, también conocido como Buyer Persona, es una representación ficticia del cliente promedio de una empresa.*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El Buyer Persona es una representación detallada y semi-ficticia basada en datos reales, que refleja las características y necesidades de los clientes más valiosos para la empresa.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El Buyer Persona no es una simple representación ficticia del cliente promedio; es un perfil detallado basado en datos reales que ayuda a entender mejor a los clientes más valiosos para la empresa.* | |
| Pregunta 2 | | ***La segmentación de mercados solo considera factores demográficos para clasificar a los clientes.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! La segmentación de mercados considera factores demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales para clasificar a los clientes de manera efectiva.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La segmentación de mercados no se limita a factores demográficos; también incluye geográficos, psicográficos y conductuales.* | |
| Pregunta 3 | | ***Utilizar herramientas como Google Trends y SEMrush puede ayudar a identificar tendencias del mercado y oportunidades de negocio.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Estas herramientas proporcionan información valiosa sobre tendencias de búsqueda y análisis de la competencia, lo que ayuda a identificar oportunidades de negocio.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Herramientas como Google Trends y SEMrush son esenciales para identificar tendencias del mercado y oportunidades de negocio, proporcionando datos cruciales para la estrategia comercial.* | |
| Pregunta 4 | | ***Un perfil de cliente ideal debe incluir información sobre los hábitos de compra y la lealtad a la marca.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Los hábitos de compra y la lealtad a la marca son aspectos conductuales críticos que deben incluirse en un perfil de cliente ideal para entender mejor a los clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Es importante incluir información sobre hábitos de compra y lealtad a la marca en el perfil del cliente ideal para tener una comprensión completa de los comportamientos de los clientes.* | |
| Pregunta 5 | | ***La creación de Buyer Personas no es relevante para las estrategias de marketing y ventas de una empresa.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! La creación de Buyer Personas es fundamental para alinear las estrategias de marketing y ventas con las expectativas y necesidades reales de los clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La creación de Buyer Personas es crucial para desarrollar estrategias de marketing y ventas efectivas que se alineen con las necesidades y expectativas de los clientes.* | |
| Pregunta 6 | | ***Las encuestas y entrevistas son métodos efectivos para recopilar información directa de los clientes.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Las encuestas y entrevistas son métodos valiosos para obtener insights directos sobre las preferencias y necesidades de los clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Las encuestas y entrevistas son herramientas efectivas para recopilar información directa y obtener insights valiosos sobre las preferencias de los clientes.* | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70 % de respuestas correctas | | *¡Excelente! Lo felicito, ha superado la actividad y demuestra sólidos conocimientos sobre el componente formativo.* | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas correctas es inferior al 70 % | | *No ha superado la actividad. Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica.* | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Revisión Evaluador Instruccional** | **Luis Fernando Botero Mendoza** | **Julio de 2024** |