|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Esto es un CRM.*  *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 | | *Conociendo los CRM* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre los CRM.* | |
| Texto descriptivo | | *El CRM es una herramienta de gran valía para el trabajo con grandes volúmenes de datos y caracteriza de manera clara a los clientes objetivo dentro de cada proceso, inclusive en sus tipos de trabajo puede hacer más fácil muchas tareas.* | |
| 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 CRM colaborativo no se limita a las redes sociales, sino que integra múltiples canales de interacción, como correo electrónico, teléfono y autoservicio, para mejorar la comunicación interna y externa con el cliente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM colaborativo abarca muchos más canales que las redes sociales, y su objetivo principal es mejorar la interacción y el intercambio de información entre todos los departamentos de la empresa.* | |
| Pregunta 2 | | ***El CRM operacional permite automatizar procesos de ventas, marketing y servicio al cliente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM operacional se enfoca en la automatización de procesos relacionados con ventas, marketing y servicio al cliente para mejorar la eficiencia y efectividad de las interacciones con los clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM operacional tiene como objetivo automatizar y optimizar tareas de ventas, marketing y servicio al cliente para mejorar las operaciones diarias.* | |
| Pregunta 3 | | ***La fase de fidelización del CRM busca únicamente adquirir nuevos clientes.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. La fase de fidelización se enfoca en retener a los clientes actuales y mantener su lealtad, no en adquirir nuevos clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La fase de fidelización está diseñada para mantener y fortalecer las relaciones con los clientes actuales, asegurando que sigan eligiendo a la empresa a largo plazo.* | |
| Pregunta 4 | | ***El CRM analítico ayuda a identificar patrones de comportamiento y tendencias en los clientes mediante el análisis de datos.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM analítico permite a las empresas recopilar y analizar datos sobre los clientes para identificar patrones de comportamiento, tendencias y oportunidades de negocio.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM analítico se enfoca en analizar grandes volúmenes de datos para ayudar a las empresas a entender mejor el comportamiento y las preferencias de los clientes.* | |
| Pregunta 5 | | ***El CRM colaborativo y el CRM analítico son el mismo tipo de CRM, ya que ambos se centran en la recopilación de datos.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM Colaborativo se centra en la interacción y comunicación entre departamentos, mientras que el CRM Analítico se enfoca en el análisis de datos para obtener información estratégica.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM Colaborativo se enfoca en mejorar la interacción interna y con el cliente, mientras que el CRM Analítico analiza los datos del cliente para tomar decisiones estratégicas.* | |
| Pregunta 6 | | ***La venta cruzada (cross-selling) consiste en ofrecer productos más caros o de mayor gama al cliente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. La venta cruzada se refiere a ofrecer productos complementarios, no necesariamente más caros. La venta incremental (up-selling) es la que se enfoca en ofrecer productos de mayor gama o precio.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La venta cruzada implica ofrecer productos complementarios, mientras que la venta incremental (up-selling) es la que busca ofrecer productos más caros o de mayor gama.* | |
| 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** | **Septiembre de 2024** |