|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 CRM en las ventas y en el servicio al cliente.*  *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 | | *CRM en las ventas* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre los CRM y su impacto en las ventas* | |
| Texto descriptivo | | *El CRM trabaja en pro de mejorar varios procesos y entre ellos las ventas son muy destacadas.* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***El CRM se utiliza únicamente en el área de ventas para optimizar los procesos comerciales.*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM no solo se utiliza en el área de ventas, sino también en marketing, atención al cliente y otras áreas para gestionar y mejorar las relaciones con los clientes.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Incorrecto. El CRM es una herramienta integral que se aplica en ventas, marketing y servicio al cliente para optimizar todos los puntos de contacto con los clientes.* | |
| Pregunta 2 | | ***Uno de los beneficios principales del CRM es la automatización de tareas rutinarias en los procesos de ventas y atención al cliente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. La automatización es una de las grandes ventajas del CRM, ya que permite que los equipos se concentren en actividades de mayor valor mientras las tareas rutinarias se gestionan automáticamente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM destaca por su capacidad para automatizar tareas rutinarias, lo que mejora la eficiencia de los equipos de ventas y atención al cliente.* | |
| Pregunta 3 | | ***La implementación de un CRM no requiere una planificación estratégica ni un análisis previo de necesidades.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. La planificación estratégica y el análisis de necesidades son esenciales para asegurar que el CRM seleccionado esté alineado con los objetivos de la empresa y cubra sus necesidades específicas.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Antes de implementar un CRM, es necesario realizar un análisis detallado de las necesidades de la empresa y planificar estratégicamente su integración para garantizar su efectividad.* | |
| Pregunta 4 | | ***El CRM permite a las empresas gestionar de manera más eficiente sus oportunidades de ventas y cuentas clave.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM facilita la gestión de oportunidades y cuentas clave al centralizar toda la información relevante y permitir un seguimiento más efectivo.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM es una herramienta fundamental para gestionar las oportunidades de ventas y cuentas clave, ya que ofrece una visión integral y centralizada de cada cliente.* | |
| Pregunta 5 | | ***Una vez implementado el CRM, no es necesario realizar evaluaciones del impacto en la organización.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. Es fundamental realizar un seguimiento continuo del impacto del CRM para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Después de implementar un CRM, es crucial evaluar su impacto en la organización para asegurarse de que está cumpliendo con los objetivos y ajustarlo si es necesario.* | |
| Pregunta 6 | | ***El CRM ayuda a mejorar la experiencia del cliente a través de un servicio al cliente más personalizado y eficiente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *Correcto. El CRM permite ofrecer un servicio al cliente personalizado y eficiente al centralizar la información y mejorar el seguimiento de las interacciones.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM facilita la personalización del servicio al cliente, permitiendo a las empresas atender a los clientes de manera más eficaz y adaptada a sus necesidades.* | |
| 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** |