|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Técnicas de ventas y comportamiento del consumidor.*  *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 | | *Técnicas de ventas* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre las técnicas de ventas y su metodología de trabajo.* | |
| 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 modelo AIDA se compone de las etapas: atención, interés, deseo y acción.*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El modelo AIDA se estructura en estas cuatro etapas clave para guiar al cliente a través del proceso de compra.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El modelo AIDA se compone de las etapas: Atención, Interés, Deseo y Acción.* | |
| Pregunta 2 | | ***La técnica SPIN se enfoca en la presentación directa de los beneficios del producto sin investigar las necesidades del cliente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! La técnica SPIN se basa en hacer preguntas estratégicas para identificar las necesidades del cliente antes de presentar los beneficios del producto.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La técnica SPIN se centra en investigar y comprender las necesidades del cliente antes de ofrecer soluciones.* | |
| Pregunta 3 | | ***El CRM solo es útil para las empresas grandes, ya que se enfoca únicamente en la gestión de grandes volúmenes de datos.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! El CRM es útil para empresas de cualquier tamaño, ya que se enfoca en gestionar las relaciones con los clientes de manera eficiente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM es útil para empresas de cualquier tamaño, ya que mejora la gestión de las relaciones con los clientes, personalizando las interacciones y fomentando la fidelización.* | |
| Pregunta 4 | | ***El cierre de una venta conlleva únicamente la finalización de una transacción y no requiere un seguimiento posventa.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El cierre de una venta implica un compromiso de acompañamiento continuo con el cliente, lo que incluye un buen servicio posventa.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El cierre de una venta también incluye el acompañamiento posventa para asegurar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad.* | |
| Pregunta 5 | | ***La garantía legal obliga al proveedor a responder por la calidad y el funcionamiento del producto, sin necesidad de indemnizar al cliente.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | | *X* |
| Opción b) | *Falso* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! La garantía legal garantiza la reparación o el reemplazo del producto sin necesidad de indemnizar al cliente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La garantía legal obliga al proveedor a reparar o reemplazar el producto defectuoso, pero no incluye indemnización al cliente.* | |
| Pregunta 6 | | ***El servicio posventa no influye en la lealtad del cliente hacia la marca.*** | |
| Opción a) | *Verdadero* | |  |
| Opción b) | *Falso* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Un buen servicio posventa es crucial para fortalecer la relación con el cliente y fomentar su lealtad hacia la marca.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El servicio posventa es esencial para mantener la lealtad del cliente, ya que asegura su satisfacción y su experiencia positiva con la marca.* | |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | |
| Mensaje cuando supera el 70 % de respuestas correctas | | *¡Excelente! Felicitaciones, 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** |