|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 Promoción y servicio al cliente en el punto de ventas.*  *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 servicio en el punto de venta* | |
| Objetivo de la actividad | | *Validar el conocimiento adquirido sobre la promoción en el piunto de venta y el servicio.* | |
| Texto descriptivo | | *Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija la opción que le parezca correcta, de todas las opciones solo una es correcta. ¡Adelante!* | |
| PREGUNTAS | | | |
| Pregunta 1 | | ***¿Cuál es el objetivo principal de medir la satisfacción del cliente en una campaña promocional?*** | *Rta(s) correcta(s) (x)* |
| Opción a) | Establecer precios óptimos para cada cliente. | |  |
| Opción b) | *Evaluar el impacto de la campaña y realizar ajustes necesarios.* | | *X* |
| Opción c) | *Comparar ventas con las campañas de la competencia.* | |  |
| Opción d) | *Obtener datos para incrementar la fidelidad del cliente.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Medir la satisfacción permite evaluar el impacto y ajustar la campaña.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Medir la satisfacción se enfoca en evaluar el impacto y realizar ajustes.* | |
| Pregunta 2 | | ***¿Qué técnica permite obtener información directa del cliente en el punto de venta?*** | |
| Opción a) | Revisión de ventas | |  |
| Opción b) | Encuesta de satisfacción | | *X* |
| Opción c) | *Observación de la competencia* | |  |
| Opción d) | *Comparación de precios* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! Las encuestas de satisfacción proporcionan información directa del cliente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Las encuestas de satisfacción permiten obtener información directa de los clientes.* | |
| Pregunta 3 | | ***¿Cuál de las siguientes opciones NO es una fuente primaria de información?*** | |
| Opción a) | Entrevistas con clientes | |  |
| Opción b) | Registros de ventas históricas | | *X* |
| Opción c) | *Encuestas realizadas a compradores* | |  |
| Opción d) | *Opiniones de los consumidores* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! Los registros de ventas son una fuente secundaria.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Los registros de ventas pertenecen a las fuentes secundarias.* | |
| Pregunta 4 | | ***¿Qué es el CRM en el contexto del servicio al cliente?*** | |
| Opción a) | Un sistema para gestionar relaciones y recopilar datos del cliente. | | *X* |
| Opción b) | Un método para registrar el inventario en el punto de venta. | |  |
| Opción c) | *Una herramienta para mejorar los descuentos en ventas.* | |  |
| Opción d) | *Un software de análisis financiero y contable.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El CRM se utiliza para gestionar relaciones y datos del cliente.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. El CRM está diseñado para gestionar relaciones y recopilar datos de clientes.* | |
| Pregunta 5 | | ***¿Qué indicador de ventas permite evaluar la cantidad promedio de compras por cliente?*** | |
| Opción a) | *Ventas por cliente* | | *X* |
| Opción b) | *Tasa de conversión* | |  |
| Opción c) | *Frecuencia de compra* | |  |
| Opción d) | *Participación en el mercado* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! El indicador de ventas por cliente permite calcular el promedio de compras.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. Las ventas por cliente calculan el promedio de compras.* | |
| Pregunta 6 | | ***¿Cuál es el propósito de la técnica de observación en el punto de venta?*** | |
| Opción a) | Obtener información detallada sobre la competencia | |  |
| Opción b) | Registrar el comportamiento del consumidor de manera natural | | *X* |
| Opción c) | *Identificar el precio óptimo del producto de manera natural* | |  |
| Opción d) | *Evaluar las campañas promocionales de otros puntos de venta* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! La observación permite registrar el comportamiento del consumidor de manera espontánea.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La técnica de observación se centra en observar el comportamiento del consumidor.* | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pregunta 7 | | ***¿Cuál es la diferencia principal entre preguntas cerradas y abiertas en un cuestionario?*** | |
| Opción a) | *Las cerradas tienen respuestas específicas; las abiertas permiten libre expresión.* | | *X* |
| Opción b) | *Las abiertas son más fáciles de analizar que las cerradas por su cantidad de información.* | |  |
| Opción c) | *Las cerradas permiten múltiples respuestas, mientras que las abiertas no.* | |  |
| Opción d) | *Las preguntas abiertas se usan solo para medir satisfacción.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! Las preguntas cerradas ofrecen opciones concretas, mientras que las abiertas permiten libre expresión.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. Las preguntas cerradas tienen respuestas específicas, a diferencia de las abiertas.* | |
| Pregunta 8 | | ***¿Qué indicador de ventas mide el porcentaje de clientes que compran repetidamente en un periodo?*** | |
| Opción a) | *Eficacia en ventas* | |  |
| Opción b) | *Ventas por cliente* | |  |
| Opción c) | *Fidelidad del cliente* | | *X* |
| Opción d) | *Variación de las ventas* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Bien hecho! La fidelidad del cliente mide el porcentaje de compras repetidas.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *Incorrecto. La fidelidad del cliente mide las compras repetidas en un periodo.* | |
| Pregunta 9 | | ***¿Qué es un Data Mining en el contexto de CRM?*** | |
| Opción a) | *Una técnica para analizar datos y obtener patrones de comportamiento del cliente.* | | *X* |
| Opción b) | *Un sistema de almacenamiento de datos de ventas con la suma de los comportamiento del cliente.* | |  |
| Opción c) | *Una herramienta para incrementar la frecuencia de compra.* | |  |
| Opción d) | *Un método para establecer relaciones con proveedores.* | |  |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Correcto! El Data Mining permite obtener patrones de comportamiento a partir de los datos.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. El Data Mining analiza datos para obtener patrones de comportamiento.* | |
| Pregunta 10 | | ***¿Qué ventaja ofrece el uso de la observación en la evaluación de la satisfacción del cliente?*** | |
| Opción a) | *Garantiza precisión en las respuestas del cliente.* | |  |
| Opción b) | *Aumenta la confiabilidad de las respuestas de los cuestionarios.* | |  |
| Opción c) | *Facilita el análisis de datos en tiempo real.* | |  |
| Opción d) | *Captura comportamientos espontáneos y no invasivos.* | | *X* |
| Comentario respuesta correcta | | *¡Exacto! La observación permite captar comportamientos espontáneos sin interferir.* | |
| Comentario respuesta incorrecta | | *No es correcto. La observación se centra en captar comportamientos espontáneos y naturales.* | |

|  |  |
| --- | --- |
| 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** | **Octubre de 2024** |