
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. ¿Qué aspecto influye directamente en la percepción que la clientela tiene de un servicio?

- a. Solo el precio del producto.
- b. La forma en que se atiende, se informa y se responde a las necesidades de la clientela.**
- c. El tamaño de la empresa.
- d. El número de trabajadores.

2. ¿Qué caracteriza a una atención profesional a la clientela?

- a. Hablar mucho para explicar bien el servicio.
- b. Responder siempre con frases preparadas.
- c. Escuchar, ofrecer información clara y mantener un trato respetuoso.**
- d. Atender solo cuando la persona insiste.

3. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa.

a. La claridad en la información ayuda a que la clientela entienda mejor el servicio.

- Verdadero
- Falso

b. La rapidez es importante, pero no debe provocar errores o información incompleta.

- Verdadero
- Falso

c. La amabilidad consiste únicamente en utilizar expresiones muy formales.

- Verdadero
- Falso

4. ¿Qué significa aplicar la escucha activa en la atención a la clientela?

- a. Prestar atención a lo que la persona explica antes de responder.**
- b. Hablar con rapidez para resolver antes la consulta.
- c. Repetir siempre la misma información.
- d. Interrumpir para aclarar el problema.

5. ¿Qué refleja una verdadera orientación a la clientela?

- a. Limitar el contacto con el cliente para ahorrar tiempo.
- b. Organizar el servicio pensando en facilitar la experiencia de la persona usuaria.**
- c. Evitar responder reclamaciones.
- d. Atender solo cuando la consulta es sencilla.

6. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa

- a. Facilitar el contacto con la empresa mejora la experiencia de la clientela.

- **Verdadero**
- Falso

- b. Si la información cambia según el canal (teléfono, correo o mostrador), la confianza disminuye.

- **Verdadero**
- Falso

- c. La orientación a la clientela depende únicamente de quien atiende directamente al público.

- Verdadero
- **Falso**

7. ¿Para qué sirven los sistemas de control de procesos en la atención a la clientela?

- a. Para revisar cómo se atiende, detectar errores y mejorar la calidad del servicio.**
- b. Para sustituir el trabajo del personal.

- c. Para reducir el número de clientes.
- d. Para eliminar las reclamaciones.

8. ¿Qué función cumple un CRM en la atención a la clientela?

- a. Enviar publicidad automáticamente.
- b. Controlar el horario del personal.
- c. Sustituir la comunicación con la clientela.
- d. Registrar información de clientes, consultas, incidencias y seguimientos.**

9. ¿Qué ventaja ofrecen los *call centers* en la atención a la clientela?

- a. Evitan cualquier tipo de incidencia.
- b. Permiten gestionar un gran número de llamadas y consultas de forma organizada.**
- c. Eliminan la necesidad de otros canales de atención.
- d. Sustituyen completamente la atención presencial.

10. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa

- a. En la atención digital, la claridad del mensaje escrito es especialmente importante.

- Verdadero
- Falso

- b. En el chat conviene utilizar mensajes breves y directos.

- Verdadero
- Falso

- c. En foros o comunidades en línea pueden compartirse datos personales sin problema.

- Verdadero
- Falso

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. ¿Qué ha cambiado en el proceso de venta en los últimos años?

- a. **Muchas decisiones de compra se toman antes de contactar con la empresa.**
- b. La venta depende solo de la tienda física.
- c. Las personas compran sin informarse antes.
- d. Las redes sociales apenas influyen en la compra.

2. ¿Para qué sirven las nuevas tecnologías aplicadas a la venta?

- a. Solo para reducir personal.
- b. **Para comunicar mejor y personalizar ofertas.**
- c. Solo para vender productos físicos.
- d. Para sustituir completamente a la clientela.

3. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa:

- a. Las herramientas digitales ayudan a comprender mejor las necesidades de la clientela.

- **Verdadero**
- Falso

- b. La tecnología en ventas únicamente sirve para grandes empresas.

- Verdadero
- **Falso**

- c. La personalización se ha convertido en un factor importante en la venta actual.

- **Verdadero**
- Falso

4. ¿Qué significa que una organización tenga mentalidad digital?

- a. Usar redes sociales todos los días.
- b. Comprar muchos programas informáticos.
- c. Adoptar una actitud abierta al cambio y al uso útil de la tecnología.**
- d. Automatizar todo sin revisar resultados.

5. ¿Qué elementos sostienen la adaptación tecnológica en una empresa?

- a. Solo el diseño de la web.
- b. Solo la publicidad *online*.
- c. Infraestructura tecnológica, seguridad y gestión del cambio.**
- d. Únicamente el uso de redes sociales.

6. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa:

- a. La resistencia al cambio puede dificultar la digitalización de una organización.

- Verdadero
- Falso

- b. El *cloud computing* forma parte de la adaptación tecnológica empresarial.

- Verdadero
- Falso

- c. Tener mentalidad digital significa únicamente saber usar un *software* concreto.

- Verdadero
- Falso

7. ¿Qué función puede cumplir un blog corporativo dentro de la venta digital?

- a. Solo decorar la web.
- b. Atraer clientes, generar confianza y aportar contenido útil.**

- c. Sustituir la tienda *online*.
- d. Evitar el uso de redes sociales.

8. ¿Qué es el *social selling*?

- a. Utilizar las redes sociales para detectar oportunidades.**
- b. Publicar cualquier contenido en redes sin estrategia.
- c. Vender solo en tiendas físicas.
- d. Enviar mensajes automáticos a todo el mundo.

9. ¿Qué caracteriza al programa Kit Digital en España?

- a. Es una app para crear tiendas *online*.
- b. Es una ayuda para financiar soluciones de digitalización en empresas.**
- c. Es un CRM gratuito obligatorio.
- d. Es un sistema de pago móvil.

10. Indica si cada afirmación es verdadera o falsa:

- a. Shopify es una plataforma SaaS de comercio electrónico.

- Verdadero
- Falso

- b. WooCommerce y PrestaShop ofrecen un modelo de mayor control técnico.

- Verdadero
- Falso

- c. En un *marketplace*, la empresa mantiene siempre el control total sobre los datos del cliente.

- Verdadero
- Falso

