

CURSO DE E-COMMERCE, MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE CLIENTES



Área: COMERCIO Y MARKETING

Modalidad: Teleformación

Duración: 20 h

Precio: 150.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

DESTINATARIOS

Todas aquellas personas que quieran **ampliar sus conocimientos en el desarrollo de la comunicación online** para ofrecer una mejor experiencia al cliente online.

Profesionales de diferentes sectores orientados al cliente que quieran aprender a manejar los canales de comunicación digitales tanto a nivel usuario como para la optimización de sus empresas.

OBJETIVOS

- Conocer los antecedentes del comercio electrónico y su evolución hasta nuestros días. - Aprender a reconocer la seguridad de las tiendas virtuales y transacciones de pago online. - Conocer las estrategias y herramientas del marketing online y la utilización de las redes sociales en un modelo "Business". - Aprender a desarrollar contenidos de valor para ofrecer la mejor experiencia a través de canales digitales. - Familiarizarse con las características de las principales plataformas digitales para desarrollar una comunicación eficaz con los consumidores online. - Conocer las funciones de un CRM. - Estudiar las principales leyes y normas en vigor a nivel nacional y aprender a aplicarlas dependiendo de la situación del consumidor online.

CONTENIDOS

Tema 1. Comercio electrónico: definición y características. Evolución y tendencias del e-commerce. Ventajas del e-commerce. Factores que influyen en la evolución del e-commerce. Antecedentes del e-commerce. Características del comercio electrónico. Características exclusivas del e-commerce. Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico. Comercio electrónico a través de plataformas digitales. Clasificación de plataformas digitales. Comercio electrónico a través de canales de marketing online. Clasificación de canales de marketing online. Seguridad en las transacciones online. Protocolos de seguridad en el e-commerce. Pasarelas de pago. Certificado digital, firma digital y firma electrónica. Diferencias entre certificado digital, firma digital y firma electrónica. Tema 2. Estrategias de comunicación en el comercio electrónico. El Business Intelligence en el ámbito del e-commerce. Ejemplos en el ámbito del e-commerce. Direct marketing o el marketing directo. Marketing directo tradicional u offline. Ventajas y desventajas del uso de estrategias de marketing directo tradicional. Marketing directo online. Campañas de marketing online. Marketing online vs Marketing tradicional. Herramientas para ejecutar campañas de marketing online. Estrategias de Marketing Digital. Tiendas online, plataformas multicanales y redes sociales. De la plataforma multicanal a la estrategia omnicanal. Estrategias para el éxito omnicanal. Tiendas online y redes sociales: estrategias en redes sociales. Recomendaciones y razones por la que una tienda online debe estar presente en redes sociales. Facebook. Twitter. YouTube. LinkedIn. Pinterest for business. Instagram. Email marketing en redes sociales. Tema 3. Atención al cliente online. Canales para el servicio de atención al cliente online. Atención al cliente en una tienda online. Fases de la atención al cliente online. Análisis de las necesidades y comportamientos del consumidor online. Acciones para analizar las necesidades de los clientes. La retroalimentación con el cliente online. Cómo medir la satisfacción del cliente online. Medir la lealtad del cliente y monitorización de

redes sociales. Tipologías de clientes online. Uso de las nuevas tecnologías en la atención al cliente. Atención al cliente mediante correo electrónico. El chat como herramienta de atención al cliente. Los foros como herramienta de atención al cliente. La comunicación telefónica como herramienta de atención al cliente online. Emisión de llamadas telefónicas. Recepción de llamadas telefónicas. Lead scoring: clasificación y evaluación de leads. Gestión de leads. Herramientas para la gestión de Leads. Tema 4. Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y canales de comunicación en línea. Herramientas de marketing móvil y sistemas de mensajería instantánea. ¿Qué es el mobile marketing? Estrategias en Marketing móvil. Piensa en desarrollar aplicaciones. Piensa en mobile first. Añade relevancia a tus copias. Establece un CTA claro en cada pantalla. Canales alternativos: grupos en redes sociales. Aplicaciones de mensajería instantánea. Over-The-Top (OTT). Historia y antecedentes de las primeras plataformas y aplicaciones de mensajería. WhatsApp. Line. Telegram. Facebook Messenger. Snapchat. Hangouts. Skype. Estadísticas sobre el marketing móvil. Tema 5. Fidelización del cliente online. Facilidades del consumidor online. Acciones de marketing. Cómo calcular el margen comercial medio. Fidelización online frente a fidelización offline. Estrategias de fidelización online. Captar al cliente y obtener la máxima cantidad de datos relevantes en la captación. Obtener la máxima cantidad de datos relevantes en la captación. Extraer información valiosa de esos datos. Convertir la información en conocimiento. Realizar acciones y enviar mensajes segmentados a los clientes. Establecer qué tipo de segmentaciones y ofertas son más efectivas. Newsletter o boletín electrónico. Reservas. Combinar con acciones offline. CRM o data warehouse. Mantenimiento de los clientes existentes, estrategias y objetivos tácticos en CRM. Como medir la fidelidad del cliente. Implantación del sistema CRM y desarrollo de un programa de comunicación eficaz. RSS (Really Simple Syndication). Tema 6. Comercio electrónico: aspectos legales y éticos. Sitios web de comercio electrónico o el derecho de información precontractual en las tiendas virtuales. Información precontractual en las tiendas virtuales. Reglamento General de Protección de Datos de la UE. Términos contractuales con relación a las ventas, distribución y servicio posventa. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Excepciones en la aplicación del IVA en e-commerce. Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio. Medios de pago. Normativa Europea sobre servicios de pago (PSD2). Requisitos de seguridad en pagos online. Normas de conducta en la comunicación comercial. Plataformas de servicio al cliente.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.