

Atención Al Cliente A Través De Medios Interactivos O Digitales



30 horas



Familia:

Comercio y Marketing

OBJETIVOS

Identificar y aplicar las diferentes técnicas de atención al cliente a través de los canales de comunicación online.

CONTENIDOS

Unidad 1: Comercio electrónico

Conceptos generales

Comercio electrónico: definición y ámbito.

Características del comercio electrónico.

Comercio electrónico a través de plataformas y canales digitales.

o Plataformas e-commerce

o Canales de marketing online

Seguridad en las transacciones on-line.

o Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse

Unidad 2: Negocio electrónico

Conceptos generales.

Negocio electrónico: definición y ámbito.

Características principales de los servicios de negocio electrónico.

Unidad 3: Estrategias de comunicación en el comercio electrónico.

Marketing directo a través de la red.

Uso de los canales digitales en la estrategia de marketing.

o Principales canales de una estrategia de marketing digital.

Tiendas on-line, plataformas multicanales y redes sociales.

o De la plataforma multicanal a la estrategia omnicanal.

- o Estrategias para el éxito omnicanal.
- o Tienda online y redes sociales.

Unidad 4: Atención al cliente.

Enfoque inicial.

Análisis de necesidades.

Análisis del comportamiento del consumidor on-line.

o Tipos de comprador online.

o Características del consumidor online.

o Factores del comportamiento del consumidor de Internet.

Elaboración de un guion con "preguntas tipificadas"

Unidad 5: Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea.

Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea (SMS, correo electrónico, chat, redes digitales, etc....).

Unidad 6: Estrategias de mantenimiento y fidelización de clientes.

La importancia de la fidelización de clientes.

Fidelización de éxito.

Herramientas para la fidelización online.

Unidad 7: Comercio electrónico: aspectos legales y éticos.

Sitios web de comercio electrónico o el derecho de información precontractual en las tiendas virtuales.

Términos contractuales en relación a las ventas, distribución y servicio posventa.

Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio.

Medios de pago.

Normas de conducta en la comunicación comercial.

Unidad 8: Sistemas de información.

Funciones de la plataforma de servicio al cliente.