

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



Objetivos

1. Conocer las plataformas de e-commerce y canales de marketing online.
2. Identificar las necesidades y comportamientos del consumidor online.
3. Conocer a fondo los canales de comunicación y redes sociales para el desarrollo de la atención al cliente.
4. Aprender a redactar contenidos para construir estrategias para el servicio de atención al cliente y su posterior fidelización.
5. Conocer la normativa aplicable a los servicios de pago online y normas de conducta en las comunicaciones comerciales.

Contenido

1. Comercio electrónico: definición y características.

- 1.1 Evolución y tendencias del e-commerce.
- 1.2 Características del comercio electrónico.
- 1.3 Comercio electrónico a través de plataformas digitales.
- 1.4 Comercio electrónico a través de canales de marketing online.
- 1.5 Seguridad en las transacciones online.
- 1.6 Protocolos de seguridad.
- 1.7 Pasarelas de pagos.
- 1.8 Certificado electrónico, firma digital y electrónica.

2. Estrategias de comunicación en el comercio electrónico.

- 2.1 Bussnes Inteligenge en el ámbito del e-commerce.
- 2.2 Direct Marketing o marketing directo.
- 2.3 Campañas de Marketing online
- 2.4 Estrategias de marketing digital
- 2.5 Tiendas online, plataformas multicanales y redes sociales.
- 2.6 Email marketing y RRSS.

Contenido

3. Atención al cliente online.

- 3.1 Canales para el servicio de atención al cliente.
- 3.2 Atención al cliente en una tienda online.
- 3.3 Análisis de las necesidades y comportamientos del consumidor online.
- 3.4 Cómo medir la satisfacción del cliente online.
- 3.5. Monitoreo en RRSS. Medir la lealtad del cliente.
- 3.6 Tipos de comparadores online.
- 3.7 Uso de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.
- 3.8 Atención telefónica al cliente online.
- 3.9 Lead scoring: gestión, clasificación y evaluación de leads.

4. Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y canales de comunicación en línea.

- 4.1 Marketing móvil.
- 4.2 Canales Alternativos: grupos en redes sociales.
- 4.3 Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatssApp, Line, Telegram, Wechat, Facebook mensseger, Snapchat, Hangouts, Skype).
- 4.4 Estadísticas sobre Marketing móvil.

Contenido

5. Fidelización del cliente online.

- 5.1 Facilidades del consumidor online.
- 5.2 Acciones de marketing.
- 5.3 Calcular el margen comercial medio.
- 5.4 Newsletter o boletín electrónico.
- 5.5 Cupones de descuento.
- 5.6 Reservas.
- 5.7 CRM o data warehouse.
- 5.8 RSS (Really Simple Syndication)

6. Comercio electrónico: aspectos legales y éticos.

- 6.1 Sitios web de comercio electrónico o el derecho de información precontractual en las tiendas virtuales.
- 6.2 Información precontractual en las tiendas virtuales.
- 6.3 Reglamento General de Protección de Datos de la UE.
- 6.4 Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- 6.5 Excepciones en la aplicación del IVA en e-commerce.
- 6.6 Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio.
- 6.7 Requisitos de seguridad en pagos online.
- 6.8 Normas de conducta en la comunicación comercial.

El curso acredita 60 horas lectivas.

Tutora: Patricia Ortiz

Docente de Marketing telefónico y digital | Atención al cliente y excelencia telefónica y digital | Diseño y creación de contenidos didácticos SCORM.

www.comunicate2-0.es

patriciaortiz@comunicate2-0.es