



## **(COMT105PO) Venta online.**

**Sku:** COMT105PO\_V2

**Horas:** 30

### **OBJETIVOS**

Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas en internet para la comercialización aplicando las técnicas de venta adecuadas, así como aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online,

### **CONTENIDOS**

1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA. 1.1. Las relaciones comerciales a través de Internet. 1.1.1. B2B. 1.1.2. B2C. 1.1.3. B2A. 1.2. Utilidades de los sistemas online. 1.2.1. Navegadores: Uso de los principales navegadores. 1.2.2. Correo electrónico. 1.2.3. Mensajería instantánea. 1.2.4. Teletrabajo. 1.2.5. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con el cliente online. 1.3. Modelos de comercio a través de Internet. 1.3.1. Ventajas. 1.3.2. Tipos. 1.3.3. Eficiencia y eficacia. 1.4. Servidores online. 1.4.1. Servidores gratuitos. 1.4.2. Coste y rentabilidad de la comercialización online. 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB. 2.1. El internauta como cliente potencial y real. 2.1.1. Perfil del internauta. 2.1.2. Comportamiento del cliente internauta. 2.1.3. Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas. 2.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web. 2.2.1. Partes y elementos del diseño de páginas web. 2.2.2. Criterios comerciales en el diseño de páginas web. 2.2.3. Usabilidad de la página web. 2.3. Tiendas virtuales. 2.3.1. Tipología de tiendas virtuales. 2.3.2. El escaparate virtual. 2.3.3. Visitas guiadas. 2.3.4. Acciones promocionales y banners. 2.4. Medios de pago en Internet. Seguridad y confidencialidad. 2.4.1. TPV virtual. 2.4.2. Transferencias. 2.4.3. Cobros contrareembolso. 2.5. Conflictos y reclamaciones de clientes. 2.5.1. Gestión online de reclamaciones. 2.5.2. Garantías de la comercialización online. 2.5.3. Buenas prácticas en la comercialización online. 2.6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.