



E-commerce, marketing digital y rrrs en gestión de clientes.

Sku: PSCOMM40

Horas: 20

Formato: HTML

OBJETIVOS

Identificar y aplicar las diferentes técnicas de atención al cliente a través de los canales de comunicación online: RRSS, mailing, web, e-commerce etc., así como gestionar de forma eficaz su fidelización.

CONTENIDOS

CONOCIMIENTO / CAPACIDADES COGNITIVAS Y PRÁCTICAS

- Comprensión del comercio electrónico: definición y características - Evolución y tendencias del e-commerce - Antecedentes del e-commerce - Características del comercio electrónico - Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico - Comercio electrónico a través de plataformas digitales - Comercio electrónico a través 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 • Aplicación de estrategias de comunicación en el comercio electrónico. - El Business Intelligence en el ámbito del e-commerce - Direct marketing o el marketing directo - Tiendas online, plataformas multicanales y redes sociales - Tiendas online y redes sociales: estrategias en redes sociales • Caracterización de la atención al cliente online. - Canales para el servicio de atención al cliente online - Atención al cliente en una tienda online - Análisis de las necesidades y comportamientos del consumidor online - La retroalimentación con el cliente online - Cómo medir la satisfacción del cliente online - Medir la lealtad del cliente y monitorización de redes sociales - Uso de las nuevas tecnologías en la atención al cliente - La comunicación telefónica como herramienta de atención al cliente online - Lead scoring: clasificación y evaluación de leads • Aproximación al 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? - 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 - Estadísticas sobre el marketing móvil • 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 - Newsletter o boletín electrónico

HABILIDADES DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES

• Autonomía de gestión en entorno digital. • Capacidad de comunicación en entorno digital. • Relación con nuestro cliente: mejora gestión relacional. • Mejora continua. • Empatía en el entorno digital.