



## COMM40. E-commerce marketing digital y RRSS en gestión de clientes

**Sku:** PC903

**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

#### **Unidad 1: Fundamentos del e-commerce y seguridad.**

##### **Para comenzar.**

Descubre cómo el comercio electrónico ha revolucionado la economía mundial, y por qué la seguridad es clave para su éxito. En esta introducción conocerás los conceptos esenciales del e-commerce y te prepararás para las tendencias y retos de la era digital. En las próximas lecciones estudiarás la evolución histórica, los modelos de negocio, ventajas y desafíos, y aprenderás por qué proteger los pagos y los datos de clientes es fundamental en el mundo conectado de hoy.

##### **Historia, evolución y características del e-commerce.**

En esta lección profundizarás en la historia y evolución del comercio electrónico, desde sus orígenes pioneros hasta la revolución móvil y las tendencias más recientes como el *live commerce* y la inteligencia artificial generativa. Analizaremos los hitos tecnológicos, modelos de negocio y transformaciones clave que han impulsado el e-commerce global, así como las características esenciales que permiten a cualquier proyecto digital competir en el mercado internacional actual. Conocerás ejemplos reales, casos de éxito y desafíos para anticipar el futuro del sector.

##### **Ventajas, inconvenientes y modelos de negocio online..**

En esta lección, explorarás a fondo los beneficios, desafíos y riesgos del comercio electrónico, así como la diversidad de modelos de negocio que existen en el entorno digital. A través de casos reales, análisis comparativos, métricas clave y buenas prácticas, adquirirás los conocimientos necesarios para identificar oportunidades, evitar errores comunes y tomar decisiones informadas al diseñar o gestionar un e-commerce moderno.

Estudiarás las ventajas operativas, financieras y estratégicas del canal digital, los principales modelos (D2C, marketplace, dropshipping, suscripción, SaaS, Q-commerce, recommerce y social commerce), su impacto en la rentabilidad y sostenibilidad, y las mejores prácticas para elegir la propuesta de valor más adecuada.

También aprenderás a analizar riesgos, calcular métricas esenciales y diseñar estrategias de éxito alineadas.

### **Seguridad en las transacciones y pasarelas de pago**

La seguridad en las transacciones digitales es la columna vertebral de un e-commerce exitoso. En esta lección estudiarás cómo se procesan los pagos online, los actores y protocolos clave, los riesgos típicos (phishing, CNP, ataques Magecart), los modelos de pasarela y los mecanismos de protección como TLS, PCI DSS 4.0, tokenización y 3-D Secure 2.x. Analizaremos además casos reales, prácticas recomendadas y los desafíos regulatorios actuales y emergentes tanto para pequeños comercios como para plataformas multinacionales.

Al finalizar, comprenderás en detalle cómo proteger pagos online, calcular riesgos, interpretar métricas y construir una experiencia de compra segura, transparente y alineada con la normativa internacional.

### **Ejercicio práctico de libre expresión escrita.**

Pon a prueba tus conocimientos sobre los fundamentos, modelos, ventajas, riesgos y seguridad del e-commerce a través de ejercicios de libre expresión escrita. Estos ejercicios te permitirán desarrollar tu pensamiento crítico, argumentación y creatividad aplicando conceptos clave a situaciones reales y simuladas.

Aprovecha esta oportunidad para demostrar tu capacidad analítica y originalidad, tratando temas esenciales.

### **Role playing y estado de avance.**

En esta lección de repaso consolidarás tus conocimientos sobre los fundamentos del e-commerce y la seguridad, a través de actividades prácticas e interactivas. Empezarás revisando conceptos clave con tarjetas didácticas y, luego, simularás el asesoramiento a una emprendedora para poner en práctica lo aprendido sobre modelos de negocio y flujos de pago seguros. Estas actividades te ayudarán a identificar tus fortalezas y tus áreas de mejora.

### **Evaluación de la unidad.**

Esta evaluación pone a prueba tu comprensión sobre los fundamentos del comercio electrónico, modelos de negocio, métricas clave, buenas prácticas de ciberseguridad y tendencias actuales vistas en la unidad. Cada

pregunta está relacionada con conceptos, procesos, ventajas, desafíos y ejemplos concretos de e-commerce y seguridad.

## **Unidad 2: Estrategias de comunicación y marketing digital.**

### **Para comenzar.**

En esta lección de introducción, descubrirás los retos y oportunidades en la comunicación y marketing digital para e-commerce. Exploraremos conceptos clave como omnicanalidad, personalización y el papel estratégico y redes sociales. La meta es que conectes la importancia de crear experiencias memorables con el uso de tecnología y creatividad en la economía digital actual.

Al finalizar el recorrido, tendrás una visión clara sobre lo que aprenderás en la unidad, los temas fundamen

### **Business intelligence aplicado al e-commerce.**

En esta lección, descubrirás cómo Business Intelligence (BI) transforma datos dispersos en información valiosa y ventajas competitivas para el comercio electrónico. Aprenderás los fundamentos, arquitecturas modernas, fuentes y orquestación de datos, herramientas líderes, implementación técnica y mejores prácticas. Profundizaremos en el diseño de tableros, analítica avanzada, segmentación, machine learning de última generación, gobernanza para evitar los errores comunes. Al cerrar, pondrás en práctica BI para mejorar la toma de decisiones, optimizar operaciones y maximizar el impacto de tus campañas y ventas online.

### **Marketing directo y canales multicanal.**

En esta lección explorarás en profundidad el marketing directo digital y su integración en ecosistemas omnicanal de comunicación con clientes. Aprenderás sobre los fundamentos históricos y modernos del marketing principales canales (email, SMS, RCS, push, OTT, correo físico), la automatización basada en datos, segmentación avanzada, arquitectura técnica y buenas prácticas legales. Analizaremos casos de éxito y errores frecuentes, así como tendencias que marcarán el futuro inmediato del marketing personalizado basado en datos.

Sumérgete en estrategias para diseñar campañas multicanal de alto rendimiento, desde la orquestación de mensajes hasta la medición del impacto, pasando por tecnologías clave, marcos normativos y optimización creativa. Conectarás la teoría con la práctica a través de mapas interactivos, ejercicios de memoria y cuestionarios.

### **Redes sociales: estrategias para tiendas online.**

En esta lección aprenderás cómo las redes sociales han evolucionado más allá de ser simples espacios de interacción: ahora son canales de venta directa e influencia decisiva en las estrategias de e-commerce.

Profundizaremos en el funcionamiento del social commerce, los modelos de colaboración con influencers, las técnicas de contenido que más convierten y las claves técnicas, logísticas y legales para operar tiendas online en plataformas como TikTok Shop,

Instagram Checkout, Pinterest Shopping y WhatsApp Business. También desarrollaremos competencias para crear campañas efectivas, cumpliendo con la regulación y las expectativas del cliente digital actual.

Al final de la lección, podrás diseñar e implementar estrategias de social commerce integradas, optimizar campañas y medir resultados en un entorno cambiante, competitivo y altamente visual. Conocerás las tendencias más recientes y los mejores ejemplos para convertir las redes en motores de ventas reales y comunidades.

### **Ejercicio práctico de libre expresión escrita.**

En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar de manera creativa los conceptos clave de la unidad. A través de actividades de libre expresión escrita, pondrás en práctica la integración de datos, tecnología y estrategias digitales para resolver situaciones reales en e-commerce. Este tipo de ejercicios fomenta la originalidad, la reflexión crítica y la aplicación práctica de todo lo que has aprendido, preparándote para afrontar retos.

### **Role playing y estado de avance.**

En esta lección de repaso, consolidarás los aprendizajes clave sobre Business Intelligence (BI) aplicado al e-commerce, marketing directo multicanal y estrategias de social commerce en redes sociales. Empezarás con un bloque de tarjetas didácticas para refrescar conceptos, métricas, normativas y mejores prácticas, asegurando la memorización activa. Luego, participarás en un role play interactivo donde pondrás en práctica el diseño de campañas omnicanal y la gestión operativa, colaborando con un asesor virtual en un caso realista.

### **Evaluación de la unidad.**

Comprueba tus conocimientos clave sobre las estrategias de comunicación y marketing digital aplicadas al e-commerce: Business Intelligence, marketing directo y social commerce. Responde las preguntas para verificar tu comprensión.

## **Unidad 3: Atención al cliente online, mobile y fidelización.**

### **Para comenzar.**

Llega el momento de sumergirte en el corazón de la experiencia de cliente digital: cómo responder, fidelizar y destacar en cada interacción, desde el chat instantáneo hasta los programas de lealtad on-line. En esta introducción descubrirás los conceptos esenciales de la atención al cliente en e-commerce, el papel central del móvil y las métricas clave que convierten conversaciones en valor duradero.

Prepárate para explorar la omnicanalidad, la inmediatez del servicio y las nuevas tendencias de fidelización.

### **Atención al cliente online: canales y mejores prácticas.**

En esta lección vas a profundizar en el diseño, integración y optimización de los canales de atención al cliente online en e-commerce.

commerce. Aprenderás cómo funcionan los distintos canales (chat, mensajería, redes sociales, email, teléfono y autoservicio), sus métricas y mejores prácticas, la matriz de selección por tipo de consulta y cómo la omnicanalidad sincroniza la experiencia. Descubrirás cómo la inteligencia artificial potencia la eficiencia y cómo medir resultados para mejorar la fidelidad.

A lo largo de la lección, recorrerás ejemplos reales y casos prácticos, fórmulas de éxito y errores frecuentes, incidiendo en tendencias y claves del futuro inmediato. Al final, pondrás en práctica los conceptos para esquema de atención al cliente en e-commerce.

### **Marketing móvil y mensajería instantánea en la atención al cliente.**

Descubre cómo el marketing móvil y la mensajería instantánea han revolucionado la atención al cliente, permitiendo una comunicación ubicua, ágil y personalizada. Explora la evolución de SMS a RCS y WhatsApp Business, el funcionamiento de arquitecturas CPaaS y flujos conversacionales, técnicas avanzadas de personalización, IA aplicada a mensajería, regulación y tendencias globales. Analizarás métricas clave, personalización granular, campañas automatizadas y casos reales de éxito en e-commerce, para diseñar estrategias omnicanal que aumentan la satisfacción y la lealtad de los clientes.

### **Medición de satisfacción, lealtad y lead scoring.**

En esta lección vas a transformar las impresiones y sensaciones de los clientes en datos accionables que optimizar todo el ciclo de atención y fidelización en e-commerce. Te sumergirás en todas las métricas clave — CSAT, NPS, CES, FCR, HS-360 y lead scoring— y aprenderás a diseñar y analizar encuestas, dashboards, automatizaciones reactivas y segmentaciones personalizadas. A través de ejemplos reales y esquemas prácticos, entenderás cómo vincular cada métrica con decisiones de negocio: desde automatizar flujos de recuperación priorizar la fidelidad rentable. Además, explorarás tendencias futuras y casos de éxito para inspirar tu propia estrategia data-driven.

### **Fidelización online y acciones de marketing.**

En esta lección descubrirás cómo transformar la fidelización online en un motor estratégico para tu e-commerce: desde la anatomía financiera de los programas de fidelidad hasta la integración de newsletter, gamificación y automatización de campañas. Exploraremos estrategias, herramientas y métricas clave como CLV, ROI, NPS y HS-360, además de tendencias emergentes (Web3 loyalty, IA personalizada, sostenibilidad verde) y errores habituales en la implementación. Al finalizar, serás capaz de diseñar y analizar programas de marketing que aumenten la retención, el valor del cliente y la rentabilidad de tu negocio digital, alineando tecnología, experiencia y ética de datos.

### **Ejercicio práctico de libre expresión escrita.**

En esta lección desarrollarás ejercicios de redacción creativa y análisis aplicados a la atención al cliente, gestión omnicanal, las métricas de satisfacción y las acciones de fidelización. Tendrás la oportunidad de integrar conceptos clave del marketing digital, la experiencia omnicanal y la

medición de satisfacción, proponiendo soluciones y reflexiones originales para distintos escenarios en e-commerce.

Estos ejercicios te permitirán demostrar tu capacidad de aplicar estrategias innovadoras y pensamiento conectando teoría y práctica en el entorno real de la atención a la cliente digital moderna.

### **Role playing y estado de avance.**

En esta lección de repaso consolidarás los conceptos clave de la unidad. Primero, pondrás a prueba tu memoria y comprensión con una completa ronda de flashcards sobre omnicanalidad, métricas, IA, fidelización, acciones y mejores prácticas de atención online. Después, vivirás una situación de role playing interactivo con un cliente VIP: deberás aplicar habilidades de comunicación, criterios de escalado y acciones de fidelización para lograr la máxima satisfacción.

### **Evaluación de la unidad.**

Pon a prueba tus conocimientos sobre atención al cliente online, estrategias móviles, métricas de satisfacción y fidelización en e-commerce. Este test contiene preguntas clave basadas en los contenidos abordados en la unidad. Responde con atención y utiliza lo que has aprendido para elegir la mejor opción en cada caso.

### **Unidad 4: Evaluación final.**

#### **Evaluación final.**

Bienvenido a la evaluación final del curso "E-commerce marketing digital y RRSS en gestión de clientes". Esta prueba te permitirá demostrar tu dominio de los temas más importantes: historia y modelos del comercio electrónico, seguridad en pagos, métricas clave, comunicación digital, atención al cliente omnicanal y fidelización. Responde con atención cada pregunta y aplica tus conocimientos para obtener el mejor resultado. Recuerda repasar bien antes de enviar tus respuestas.