

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: E-COMMERCE MARKETING DIGITAL Y RRSS EN GESTIÓN DE CLIENTES

OBJETIVO

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.

DURACIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ 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.