



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMT120PO VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES: PROCESOS

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este CURSO COMT120PO VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES: PROCESOS le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMT120PO VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES: PROCESOS el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y aplicar técnicas de ventas a través de medios interactivos y digitales.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE VENTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Fases en la venta a través de plataformas multicanal
2. Reglas y herramientas de comunicación escrita aplicables a los canales de comunicación digital
3. Estrategias de negociación en el comercio digital
4. Argumentos de venta
5. Gestión de reclamaciones
6. Alternativas positivas

7. Presentación de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS Y CONDICIONES DE PAGO

1. Normativa y reglamentación aplicable a la venta on-line
2. Medios y formas de pago en el comercio electrónico
3. Ventas en efectivo y medios de pago
4. Ventas a plazos y condiciones aplicables
5. Métodos electrónicos de pago y requisitos de seguridad
6. Situaciones frecuentes de fraude en el comercio electrónico: mecanismos de detección y notificación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES Y ÉTICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Normativa y reglamentación relativa al comercio electrónico: en relación a información precontractual, términos contractuales relacionados con las ventas, entrega de mercancías, modalidades de entrega, transporte, post-venta, términos y responsabilidades
2. Normativa y reglamentación sobre protección de datos personales y privacidad del cliente consumidor
3. Normativa y reglamentación relativa a la seguridad de la información
4. Derechos y deberes de los consumidores en el comercio electrónico
5. Información al consumidor sobre normas de conducta y normativa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES

1. Definición y objetivos
2. La fase de cierre de la venta como momento importante en la retención de clientes
3. Mecanismos que afectan a la relación con los clientes y su lealtad
4. Importancia del concepto "Experiencia de usuario (UX)"
5. Estrategias de fidelización y retención de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMA DE INFORMACIÓN

1. Funcionalidades de la plataforma de comercio electrónico para operaciones de entrada (voz, respuesta interactiva a través de voz, correo electrónico, fax, correo, chat on-line, mensajería instantánea) y operaciones de salida (voz, correo electrónico, fax, chat on-line, mensajería instantánea y mensajes telefónicos SMS)
2. Consultar, extraer y registrar funcionalidades



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es