

Categorías: Comercio y marketing

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. - Utilizar internet como canal de venta, empleando las herramientas y posibilidades que ofrece para el comercio electrónico. - Diseñar una página web con criterios de usabilidad y facilidad a la compra online adecuados, considerando el tipo de clientes internautas, sus características, motivaciones, necesidades y preferencias, así como las diferentes técnicas de venta y atención al cliente; para alcanzar la satisfacción de los mismos y su fidelización.

CONTENIDOS

Internet como canal de venta

Las relaciones comerciales a través de Internet.

B2B.

B2C.

B2A.

Utilidades de los sistemas online.

Navegadores: Uso de los principales navegadores.

Correo electrónico.

Mensajería instantánea.

Teletrabajo.

Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con el cliente online.

Modelos de comercio a través de Internet.

Ventajas.

Tipos.

Eficiencia y eficacia.

Servidores online.

Servidores gratuitos.

Coste y rentabilidad de la comercialización online.

Diseño comercial de páginas web

El internauta como cliente potencial y real.

Perfil del internauta.

Comportamiento del cliente internauta.

Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas.

Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.

Partes y elementos del diseño de páginas web.

Criterios comerciales en el diseño de páginas web.

Usabilidad de la página web.

Tiendas virtuales.

Tipología de tiendas virtuales @critería.es | MAD: 91 571 21 39 | BCN: 93 265 26 77

El escaparate virtual.

Visitas guiadas.

Acciones promocionales y banners.

Medios de pago en Internet.

Seguridad y confidencialidad.

TPV virtual.

Transferencias.

Cobros contrareembolso.

Conflictos y reclamaciones de clientes.

Gestión online de reclamaciones.

Garantías de la comercialización online.

Buenas prácticas en la comercialización online.

Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

Sistema de gestión de contenidos.

Tipos de CMS (Content Management System).