

Venta a través de Medios Interactivos o Digitales: Procesos

Categorías

Venta

Importe

Gratuito

Tipo

Online

Colectivo

Autónomos, Desempleados, Trabajadores

Plan

TIC

Duración

50 h

Dónde

Toda España

¿A quién va dirigido?

PERSONAS AUTÓNOMAS Y TRABAJADORAS DEL SECTOR GRAN DISTRIBUCIÓN, DESEMPLEADAS

Temario

1. TÉCNICAS DE VENTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 1.1 Fases en la venta a través de plataformas multicanal.
- 1.2 Reglas y herramientas de comunicación escrita aplicables a los canales de comunicación digital
- 1.3 Estrategias de negociación en el comercio digital.
- 1.4 Argumentos de venta.
- 1.5 Gestión de reclamaciones
- 1.6 Alternativas positivas.
- 1.7 Presentación de precios.

2. MEDIOS Y CONDICIONES DE PAGO

- 2.1 Normativa y reglamentación aplicable a la venta on-line
- 2.2 Medios y formas de pago en el comercio electrónico
- 2.3 Ventas en efectivo y medios de pago
- 2.4 Ventas a plazos y condiciones aplicables
- 2.5 Métodos electrónicos de pago y requisitos de seguridad
- 2.6 Situaciones frecuentes de fraude en el comercio electrónico: mecanismos de detección y notificación

3. ASPECTOS LEGALES Y ÉTICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 3.1 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.
- 3.2 Normativa y reglamentación sobre protección de datos personales y privacidad del cliente consumidor
- 3.3 Normativa y reglamentación relativa a la seguridad de la información
- 3.4 Derechos y deberes de los consumidores en el comercio electrónico.
- 3.5 Información al consumidor sobre normas de conducta y normativa.

4. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES.

- 4.1 Definición y objetivos
- 4.2 La fase de cierre de la venta como momento importante en la retención de clientes.
- 4.3 Mecanismos que afectan a la relación con los clientes y su lealtad
- 4.4 Importancia del concepto "Experiencia de usuario (UX)"
- 4.5 Estrategias de fidelización y retención de clientes

5. SISTEMA DE INFORMACIÓN

- 5.1 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)
- 5.2 Consultar, extraer y registrar funcionalidades

Objetivos

Aplicar técnicas de ventas a través de medios interactivos y digitales.

Requisitos

Los alumnos han de cumplir con al menos uno de los siguientes requisitos:

1. Mujeres trabajadoras o autónomas que pertenezcan al sector gran distribución.
2. Hombres trabajadores o autónomos que pertenezcan al sector gran distribución y que cumplan al menos uno de los siguientes requisitos:
 - Mayor de 45 años
 - Discapacidad
 - En el caso de los trabajadores: Grupo de cotización 6, 7, 9 o 10
 - En el caso de los autónomos: (estudios máximos realizados ESO ó Graduado Escolar ó Bachiller ó COU) - no tener carné profesional alguno, certificado de profesionalidad 2 o 3, ningún título de formación profesional, ni titulación universitaria.
3. Desempleados: se admite un 30%
 - Mujeres
 - Hombres que cumplan al menos uno de los siguientes requisitos:
 - Mayores de 45 años
 - Discapitados
 - Estudios máximos realizados: (estudios máximos realizados ESO ó Graduado Escolar ó Bachiller ó COU) - no tener carné profesional alguno, certificado de profesionalidad 2 o 3, ningún título de formación profesional, ni titulación universitaria.