

Curso: Venta Online

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 15 h.

Contenidos:

1: Internet como canal de venta

1.1 Las relaciones comerciales a través de Internet:

1.1.1 B2B

1.1.2 B2C

1.1.3 B2A

1.2 Utilidades de los sistemas «on line»:

1.2.1 Navegadores: Uso de los principales navegadores

1.2.2 Correo electrónico

1.2.3 Mensajería instantánea

1.2.4 Teletrabajo

1.2.5 Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con el cliente «on line»:

1.3 Modelos de comercio a través de Internet.

1.3.1 Ventajas

1.3.2 Tipos

1.3.3 Eficiencia y eficacia

1.4 Servidores «on line»

1.4.1 Servidores gratuitos

1.4.2 Coste y rentabilidad de la comercialización «on line»

2: Diseño comercial de páginas web

2.1 El internauta como cliente potencial y real.

2.1.1 Perfil del internauta.

2.1.2 Comportamiento del cliente internauta

2.1.3 Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas.

2.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web

2.2.1 Partes y elementos del diseño de páginas web.

2.2.2 Criterios comerciales en el diseño de páginas web

2.2.3 Usabilidad de la página web.

2.3 Tiendas virtuales

2.3.1 Tipología de tiendas virtuales

2.3.2 El escaparate virtual

2.3.3 Visitas guiadas

2.3.4 Acciones promocionales y banners

2.4 Medios de pago en Internet

2.4.1 Seguridad y confidencialidad

2.4.2 TPV virtual

2.4.3 Transferencias

2.4.4 Cobros contra reembolso

2.5 Conflictos y reclamaciones de clientes:

2.5.1 Gestión «on line» de reclamaciones

2.5.2 Garantías de la comercialización «on line»

2.5.3 Buenas prácticas en la comercialización «on line»

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

