



info@atecid.com

Formación Bonificable



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Teleformación

COMM114PO. Atención al cliente a través de medios interactivos o digitales



Objetivos

□ **Objetivo General**

- Identificar y aplicar las diferentes técnicas de atención al cliente a través de los canales de comunicación online.

□ **Objetivos Específicos**

- Definir el concepto de comercio electrónico y los ámbitos en los que se desarrolla.
- Conocer las principales características del comercio electrónico.
- Identificar los diferentes tipos de plataformas *e-commerce* y principales canales de *marketing online* disponibles para elaborar una estrategia en Internet.
- Comprender la importancia de la seguridad en las transacciones comerciales a través de Internet.
- Conocer los conceptos de *marketing* directo y sus principales estrategias.
- Diferenciar los conceptos de multicanalidad y omnicanalidad.
- Comprender la importancia de la presencia del *e-commerce* en las redes sociales de Internet.
- Explicar la importancia de la atención al cliente para el *e-commerce*.
- Enumerar los canales a través de los cuales puede prestarse la atención al cliente.
- Describir las ventajas de la atención al cliente en una tienda *online*.
- Diferenciar el enfoque comercial y de negocio del enfoque centrado en el cliente.
- Identificar las necesidades del cliente *online*.
- Analizar el comportamiento del consumidor *online*.
- Elaborar un guion de atención telefónica al cliente.
- Diferenciar los conceptos «*marketing* móvil» y «*marketing* tradicional».
- Identificar las principales herramientas digitales de que se sirve el *marketing* móvil para desarrollar servicios de atención al cliente.
- Explicar la utilidad de las aplicaciones de mensajería instantánea (OTT) para la atención al cliente.
- Seleccionar las aplicaciones OTT para el chat *online* en función de las necesidades del negocio.
- Explicar las ventajas de la fidelización de clientes para los comercios *online*.

- Construir una estrategia de fidelización en comercio electrónico.
- Definir una metodología útil para implementar un programa de retención de los clientes y mercadotecnia uno a uno.
- Analizar las diferentes herramientas de fidelización *online* que se pueden utilizar en programas de fidelización *online*.
- Describir la información precontractual que debe ponerse a disposición de los usuarios a través de la página web de la tienda *online*.
- Enumerar las modalidades de entrega de los productos adquiridos a través de la tienda *online*.
- Identificar la normativa aplicable a los servicios de pago *online*.
- Observar las normas de conducta que se deben seguir en las comunicaciones comerciales.
- Enumerar las principales funciones que debe ofrecer una plataforma de servicio al cliente para que sea eficiente.
- Seleccionar la plataforma de servicio al cliente más adecuada a las necesidades del *call center*.

Contenidos

Atención al cliente a través de medios interactivos o digitales	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Comercio electrónico: Conceptos generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio electrónico: definición y ámbito. • Características del comercio electrónico. • Comercio electrónico a través de plataformas y canales digitales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Plataformas e-commerce ○ Canales de marketing online • Seguridad en las transacciones on-line. <ul style="list-style-type: none"> ○ Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse 	4,30 horas
Examen UA 01	30 minutos
Actividad de evaluación 1 UA 01	30 minutos
Actividad de evaluación 2 UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas
<p>Unidad 2: Negocio electrónico: Conceptos generales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocio electrónico: definición y ámbito. • Características principales de los servicios de negocio electrónico. 	1,30 horas
Examen UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	2 horas

<p>Unidad 3: Estrategias de comunicación en el comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing directo a través de la red. • Uso de los canales digitales en la estrategia de marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Principales canales de una estrategia de <i>marketing</i> digital. • Tiendas on-line, plataformas multicanales y redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> ○ De la plataforma multicanal a la estrategia omnicanal. ○ Estrategias para el éxito omnicanal. ○ Tienda <i>online</i> y redes sociales. 	5 horas
Examen UA 03	30 minutos
Actividad de evaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas
<p>Unidad 4: Atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque inicial. • Análisis de necesidades. • Análisis del comportamiento del consumidor on-line. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de comprador <i>online</i>. ○ Características del consumidor <i>online</i>. ○ Factores del comportamiento del consumidor de Internet. • Elaboración de un guion con "preguntas tipificadas". 	5 horas
Examen UA 04	30 minutos
Actividad de evaluación UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas
<p>Unidad 5: Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea (SMS, correo electrónico, chat, redes digitales, etc....). 	1,30 horas

Examen UA 05	30 minutos
Tiempo total de la unidad	2 horas
<p>Unidad 6: Estrategias de mantenimiento y fidelización de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la fidelización de clientes. • Fidelización de éxito. • Herramientas para la fidelización <i>online</i>. 	1,30 horas
Examen UA 06	30 minutos
Tiempo total de la unidad	2 horas
<p>Unidad 7: Comercio electrónico: aspectos legales y éticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitios web de comercio electrónico o el derecho de información precontractual en las tiendas virtuales. • Términos contractuales en relación a las ventas, distribución y servicio posventa. • Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio. • Medios de pago. • Normas de conducta en la comunicación comercial. 	3,30 horas
Examen UA 07	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 8: Sistemas de información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funciones de la plataforma de servicio al cliente. 	30 minutos
Examen UA 08	30 minutos
Tiempo total de la unidad	1 hora
Examen final COMM114PO	1 hora
8 unidades	30 horas