



¡El mejor regalo para 2021!

Si tienes una **PYME** o eres **AUTÓNOMO** y quieres
prepararte para la **VENTA ONLINE**
¡NO DEJES PASAR LA OPORTUNIDAD!

APÚNTATE A UNO DE ESTOS CURSOS
GRATUITOS ONLINE DEL SEPE
PARA TRABAJADORES, ERTE, DESEMPLEADOS Y AUTÓNOMOS

**VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O
DIGITALES**

**POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL
EMPRENDIMIENTO**

**PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE
VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O
DIGITALES**

No te quedes sin tu plaza. ¡EMPIEZAN YA! ¡CONTÁCTANOS!
Más información e inscripciones formatmallorca@gmail.com

Formación 100% Subvencionada con título expedido por:



VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

Fecha prevista de inicio: **21 DE ENERO de 2021**

Total de horas: **50 horas.**

Modalidad: **Teleformación. Libertad de horario para conectarse al curso.**

CONTENIDOS FORMATIVOS

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

POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO

Fecha prevista de inicio: **28 de ENERO de 2021**

Total de horas: **90 horas.**

Modalidad: Teleformación. Libertad de horario para conectarse al curso.

CONTENIDOS FORMATIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CÓMO POSICIONAR PÁGINAS WEB CUANDO SE EMPRENDE UN NEGOCIO

1. Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación. Buscadores y directorios. Relevancia de los resultados. Tráfico cualificado. Técnicas penalizables de posicionamiento.
2. Palabras clave. La importancia de las palabras clave. Analizar el tráfico que recibe el sitio web.
3. ¿Dónde utilizar las palabras clave? Dominio y URL. El título de la página. Encabezados y texto de la página. Las etiquetas meta.
4. Enlaces (I). Enlaces internos. Conseguir enlaces externos. Alta en directorios.
5. Enlaces (II). Marcadores sociales. Intercambio de enlaces. Enlaces que penalizan. Mapa del sitio (Sitemap).
6. Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa. Imágenes. Flash. La librería SWFObject. El archivo robots.txt.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EMPRENDEDOR COMO ANALISTA WEB: CÓMO DISEÑAR UNA WEB Y MEDIR EL TRÁFICO CON GOOGLE ANALYTICS

1. Diseño y Usabilidad de la página Web del nuevo negocio Online. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida. Prácticos: Aplicaciones de software disponibles. Caso real: Virtual Shop. Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice. Caso Real: Concepción de un negocio online. Caso práctico resuelto.
2. Gestión de Blog Corporativo.
Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente. El Blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc. Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso. Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso. Caso práctico resuelto.
3. Marketing 3.0.
Value Management: Prepararse para el Marketing 3.0. Co-Creation: El cliente como creador del producto. Comunidades 3.0: Comunicación Cliente-Cliente. Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica. Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social. Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica 3.0.

PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

CONTENIDOS FORMATIVOS

Fecha prevista de inicio: **24 de FEBRERO de 2021**

Total de horas: **50 horas.**

Modalidad: Teleformación. Libertad de horario para conectarse al curso.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS GENERALES

1. Comercio electrónico: definición, ámbito y características principales
 2. E-marketing: definición, ámbito y características
3. Consumidor digital y comportamiento del consumidor digital
 4. Tipos de canales on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROSPECCIÓN DE VENTAS EN EL CONTEXTO DIGITAL

1. Definición y principios generales.
2. Técnicas de prospección de ventas a través de medios interactivos o digitales: técnicas de comunicación unidireccional o bidireccional (inbound/ outbound) y técnicas mixtas.
3. Uso de las redes sociales y otros medios interactivos o digitales (sitios web, blogs, boletines informativos dinámicos, dispositivos móviles, etc.) para obtener información sobre clientes potenciales y analizar su comportamiento en la compra digital.
4. Uso de las redes sociales y otros medios interactivos o digitales para llevar a cabo campañas específicas de prospección de ventas on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PREPARACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS UTILIZANDO MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

1. Definición de objetivos
2. Definición de los medios interactivos o digitales a utilizar en función de los objetivos definidos
 3. Preparación del discurso promocional /argumentos de venta.
4. Preparación de los materiales de presentación del producto en formato interactivo o digital

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE APOYO PARA LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

1. Tipos de recursos/herramientas
2. Comercialización de bases de datos
3. Gestión de relaciones con los clientes-CRM
4. Herramientas para el monitoreo y análisis digital de datos
 5. Técnicas escritas de comunicación digital
6. Reglas para la redacción de argumentos de promoción y venta
7. Materiales interactivos y digitales para la presentación de productos
8. Normativa respecto a la protección de datos personales y de la privacidad.