

## **VENTA ONLINE**

### **CONTENIDOS FORMATIVOS:**

#### **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 online.

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 online.

##### 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 online.

1.4.1. Servidores gratuitos.

1.4.2. Coste y rentabilidad de la comercialización online.

#### **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. Seguridad y confidencialidad.

2.4.1. TPV virtual.

2.4.2. Transferencias.

2.4.3. Cobros contrareembolso.

##### 2.5.1. Gestión online de reclamaciones.

2.5.2. Garantías de la comercialización online.

2.5.3. Buenas prácticas en la comercialización online.

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