



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámara**  
Málaga



Ayuntamiento  
de Málaga

**imfe**

## TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA VENTA ELECTRÓNICA

### CONTENIDOS:

Técnicas de Comunicación en la Venta:

UD1. La comunicación comercial y el proceso de venta.

1.1. El concepto de venta y la comunicación empresarial.

1.2. La identificación de las necesidades del cliente.

1.3. Las cualidades del vendedor.

1.4. Fases en el proceso de venta.

UD2. El proceso de venta (i): fase previa y demostración.

2.1. Fase previa.

2.2. La oferta del producto.

2.3. La demostración.

2.4. La negociación.

UD3. El proceso de venta (ii): objeciones y cierre de la venta.

3.1. La dificultad de las objeciones.

3.2. El cierre de la venta.

UD4. El servicio posventa.

4.1. El servicio al cliente.

4.2. Gestión de quejas y reclamaciones.

4.3. El seguimiento de la venta.

4.4. La fidelización por la oferta.

UD5. La dirección comercial de ventas.

5.1. La administración de ventas.

5.2. La dirección de ventas.

5.3. Actividades y dimensiones de la dirección comercial.

5.4. La planificación estratégica de ventas.

5.5. Organización del equipo de ventas.

5.6. Selección del equipo de ventas.

5.7. La contratación e integración de los vendedores.

5.8. La formación en ventas.

UD6. Gestión comercial de ventas.

6.1. El potencial de marketing.

6.2. La previsión de ventas.

6.3. Elaboración de presupuestos.

6.4. Territorios de ventas.

6.5. Cuotas de ventas.

6.6. Valoración del rendimiento de ventas.

E-commerce. Aplicación y desarrollo:

UD1. La empresa en Internet.

1.1. La revolución de Internet.

1.2. Internet en la Empresa.

1.3. Consideraciones previas a la presencia en Internet.

1.4. Definición de objetivos y puesta en marcha.

UD2. Modelos de negocio.

2.1. Modelos según tipo de venta.

2.2. Modelos según su orientación.

2.3. Modelos según dispositivos.

UD3. Aspectos legales.

3.1. Fiscalidad.

3.2. Tributación.

3.3. Legislación aplicable.

3.4. Protección de datos.

UD4. Seguridad y medios de pago.

4.1. Encriptación.

4.2. Medios de pago.

UD5. Marketing Online.

5.1. Definición.

5.2. Medios de difusión Online.

5.3. La 5ª "P": la personalización.



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámara**  
Málaga



Ayuntamiento  
de Málaga

**imfe**

UD6. Puesta en marcha de una Tienda Virtual.

6.1. La lista de la compra.

6.2. Estrategias.

6.3. Planificación de campaña en Internet.

6.4. Errores y barreras para el crecimiento del E-Commerce.

6.5. Los nueve problemas del E-Business.

Venta Online:

UD1. Internet como canal de venta.

1.1. Las relaciones comerciales a través de Internet.

1.2. Utilidades de los sistemas Online.

1.3. Modelos de comercio a través de Internet.

1.3.2. Tipos.

1.4. Servidores Online.

UD2. Diseño comercial de Páginas Web.

2.1. El internauta como cliente potencial y real.

2.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de Páginas Web.

2.3. Tiendas virtuales.

2.4. Medios de pago en Internet. Seguridad y confidencialidad.

2.5. Conflictos y reclamaciones de clientes.

2.6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de Páginas Web comerciales: gestión de contenidos.