



## 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.