



Ahora estudiarás la Unidad Formativa:

UF0032: Venta online

En esta Unidad Formativa **aprenderás** a:



Definir las variables y utilidades disponibles en Internet -páginas web, servidores y software a nivel usuario- para la comercialización online de distintos tipos de productos y servicios. (C1)

- Identificar las variables que intervienen en la conducta y las motivaciones de compra del cliente-internauta. (CE1.1)
- Describir las características que debe poseer un página web comercial y los enlaces y utilidades de los banners para la promoción online de productos y servicios. (CE1.2)
- A partir de información convenientemente detallada sobre una empresa determinada que comercializa sus productos o servicios de forma online: (CE1.3)
 - o Identificar la página web de la empresa y la imagen y productos que comercializa.
 - o Explicar la repercusión de su página web en sus relaciones comerciales online y offline.
 - o Diferenciar los elementos claves de su página web.
 - o Evaluar críticamente la página web.
- Identificar los principales servidores gratuitos para la comercialización de productos y servicios. (CE1.4)



Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas. (C2)

- Identificar las características de los productos y servicios que deben resaltarse en una página web comercial para su comercialización online con éxito. (CE2.1)
- Describir y explicar las técnicas básicas de fidelización online, analizando los elementos racionales y emocionales que intervienen en el cliente-internauta. (CE2.2)
- Especificar formas de provocar distintas ventas adicionales, sustitutivas y/o complementarias en la comercialización y diseño de páginas web. (CE2.3)
- Adaptar las técnicas de venta a la comercialización online. (CE2.4)



- Transmitir información del producto y las condiciones de venta con claridad y precisión de forma oral y/o escrita.
- En la simulación de una comercialización online de productos/servicios y a partir de información convenientemente caracterizada: (CE2.5)
 - Identificar la tipología del cliente-internauta
 - Identificar sus necesidades de compra, utilizando la información suministrada a través de las herramientas informáticas de gestión de clientes.
 - Identificar y seleccionar la información de las características del producto/servicios que permita destacar las ventajas y adecuación a las necesidades del cliente.
 - Diseñar una página web con criterios de usabilidad y facilidad a la compra-online adecuados, utilizando software a nivel de usuario.
 - Evaluar críticamente la página web desarrollada.
- Analizar los elementos y materiales de comunicación comercial y su ubicación en un supuesto punto de venta virtual. (CE2.6)
- A partir de un supuesto práctico en el que se proporciona una herramienta de gestión de contenidos de un sitio web, elementos publicitarios (banners, pop ups...), información sobre los productos / servicios (imágenes, precios, características...), e la información suministrada por la herramienta de análisis de navegación de clientes: (CE2.7)
 - Distinguir las zonas frías y calientes
 - Proponer cambios para calentar las zonas frías.
 - Supervisar el estado de la información suministrada a los clientes.
 - Elaborar un informe con los resultados del proceso utilizando medios informáticos.
- Identificar los medios de pago utilizados habitualmente en la comercialización online y criterios de seguridad aplicados habitualmente. (CE2.8)
- A partir de la caracterización de un producto, un supuesto grupo objetivo de clientes-internautas a los que se dirige y empleando las aplicaciones y software informático a nivel usuario de diseño de páginas web, realizar la presentación del producto o servicio en una página web recogiendo fotos, elementos y textos que permitan describir las características del producto/servicio y cliente. (CE2.9)



Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online. (C3)

- Explicar el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales del comercio electrónico. (CE3.1)
- Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y post venta en la comercialización online de productos y servicios. (CE3.2)
- Describir los momentos o fases que caracterizan el proceso de post venta online y la seguridad online. (CE3.3)
- Identificar los conflictos y reclamaciones más habituales en la comercialización online diferenciando según su naturaleza. (CE3.4)
- Describir las utilidades y herramientas de Internet para resolver y gestionar las reclamaciones comerciales en la red y mantener relaciones de confianza con los clientes. (CE3.5)
- Describir los usos y orientaciones de buena conducta para afrontar las quejas y reclamaciones de los clientes habituales de la comercialización online de manera rápida y eficaz. (CE3.6)
- Identificar la documentación e información que se requiere para registrar y gestionar de forma eficaz una reclamación comercial online. (CE3.7)
- A partir de información, convenientemente detallada sobre el sistema de seguimiento de clientes y procedimiento de control del servicio post-venta online, describir el procedimiento a seguir desde el momento en que se tiene constancia de una incidencia en el proceso, identificando: (CE3.8)
 - o Elementos y claves que la han provocado.
 - o Ámbito de responsabilidad del comercial, el canal de comercialización, el cliente u otros.
 - o Actuación acorde al sistema aplicando los criterios establecidos garantizando la idoneidad del servicio e incorporando, en su caso, la información obtenida en la herramienta informática de gestión de postventa.
- A partir de un supuesto de fidelización de clientes online, con unas características establecidas, redactar, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas, en función de su finalidad para su distribución a través de listas de distribución online, escritos adecuados a distintas situaciones: (CE3.9)
 - o onomástica,
 - o navidad,
 - o agradecimiento u otros.



- A partir de un caso convenientemente caracterizado de reclamación de un producto/servicio comercializado online: (CE3.10)
 - o Elaborar un plan de actuación en el que se establezcan las fases que se deben seguir en la resolución de la reclamación.
 - o Cumplimentar correctamente la documentación requerida a través del correspondiente formulario on line.
 - o Confeccionar un informe con los datos de la reclamación y quejas, introduciendo, en su caso, esta información en la herramienta informática de gestión de reclamaciones.

Los **contenidos** que deberás estudiar son:



UD 1. Internet como canal de venta

- Las relaciones comerciales a través de Internet:
 - o B2B
 - o B2C
 - o B2A
- Utilidades de los sistemas online:
 - o Navegadores: Uso de los principales navegadores
 - o Correo electrónico.
 - o Mensajería instantánea.
 - o Teletrabajo.
 - o Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con el cliente online.
- Modelos de comercio a través de Internet.
 - o Ventajas.
 - o Tipos.
 - o Eficiencia y eficacia.
- Servidores online:
 - o Servidores gratuitos.
 - o Coste y rentabilidad de la comercialización online.



UD 2. Diseño comercial de páginas web

- El internauta como cliente potencial y real.
 - o Perfil del internauta.



- Comportamiento del cliente internauta.
- Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas.
- Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
 - Partes y elementos del diseño de páginas web.
 - Criterios comerciales en el diseño de páginas web.
 - Usabilidad de la página web.
- Tiendas virtuales:
 - Tipología de tiendas virtuales.
 - El escaparate virtual.
 - Visitas guiadas.
 - Acciones promocionales y banners.
- Medios de pago en Internet:
 - Seguridad y confidencialidad.
 - TPV virtual,
 - transferencias
 - cobros contrareembolso.
- Conflictos y reclamaciones de clientes:
 - Gestión online de reclamaciones.
 - Garantías de la comercialización online.
 - Buenas prácticas en la comercialización online.
- Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

MÓDULO FORMATIVO:

MF0239_2: Operaciones de venta

OBJETIVO GENERAL DEL MÓDULO FORMATIVO:

Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

Se compone de las siguientes unidades formativas:



MF0239_2: Operaciones de venta	UF0030: Organización de los procesos de venta
	UF0031: Técnicas de venta
	UF0032: Venta online

Este módulo se encuentra presente en los siguientes certificados de profesionalidad:

- **COMT0411: GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS**
- **COMV0108: ACTIVIDADES DE VENTA**
- **COMT0112: ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO**