



Guía didáctica

COMM114PO. Atención al cliente a través de medios interactivos o digitales

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la atención al cliente ha dejado de ser un simple servicio para convertirse en un factor estratégico clave en la relación entre las empresas y sus usuarios. Con la expansión del comercio electrónico y el uso creciente de plataformas digitales, las formas de interacción con los clientes han evolucionado significativamente. Este curso está diseñado para brindar una formación integral sobre la atención al cliente a través de medios digitales, garantizando una experiencia satisfactoria, segura y personalizada.

A lo largo del curso, se abordarán los conceptos fundamentales del comercio y del negocio electrónico, las características de los servicios digitales, y las estrategias de comunicación más eficaces para captar y fidelizar clientes en entornos en línea. También se explorarán las herramientas tecnológicas disponibles —como plataformas multicanal, mensajería instantánea, redes sociales, correo electrónico o chat en línea— y cómo emplearlas correctamente para ofrecer un servicio ágil, empático y de calidad.

Además, se tratarán aspectos clave como el análisis del comportamiento del consumidor online, la creación de guiones de atención con preguntas tipificadas, las políticas de seguridad en las transacciones y las normativas legales y éticas que regulan las interacciones comerciales digitales.

Este curso no solo te preparará para gestionar con éxito el servicio de atención al cliente en entornos digitales, sino que también te dotará de herramientas para construir relaciones duraderas con los usuarios y contribuir al crecimiento sostenible de cualquier proyecto digital.

OBJETIVO GENERAL

Identificar y aplicar las diferentes técnicas de atención al cliente a través de los canales de comunicación online.

CONTENIDO FORMATIVO

COMM114PO	Atención al cliente a través de medios interactivos o digitales	30 horas
UA1	Comercio electrónico: Conceptos generales <ul style="list-style-type: none"> Comercio electrónico: definición y ámbito. Características del comercio electrónico. Comercio electrónico a través de plataformas y canales digitales. Seguridad en las transacciones on-line 	4,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	5
UA2	Negocio electrónico: Conceptos generales <ul style="list-style-type: none"> Negocio electrónico: definición y ámbito. Características principales de los servicios de negocio electrónico. 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA3	Estrategias de comunicación en el comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> Marketing directo a través de la red. Uso de los canales digitales en la estrategia de marketing. Tiendas on-line, plataformas multicanales y redes sociales. 	3,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	4
UA4	Atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> Enfoque inicial. Análisis de necesidades. Análisis del comportamiento del consumidor on-line. Elaboración de un guion con "preguntas tipificadas" 	4,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	5

COMM114PO	Atención al cliente a través de medios interactivos o digitales	30 horas
UA5	Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea (SMS, correo electrónico, chat, redes sociales. Etc) <ul style="list-style-type: none"> Servicio de atención al cliente a través de dispositivos móviles, plataformas digitales y otros canales de comunicación en línea (SMS, correo electrónico, chat, redes sociales. Etc) 	1,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	2
UA6	Estrategias de mantenimiento y fidelización de clientes <ul style="list-style-type: none"> Estrategias de mantenimiento y fidelización de clientes. 	1,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	2
UA7	Comercio electrónico: Aspectos legales y éticos <ul style="list-style-type: none"> Sitios web de comercio electrónico / derecho de información precontractual en las tiendas virtuales. Términos contractuales en relación a las ventas, distribución y servicio post venta. Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio. Medios de pago. Normas de conducta en la comunicación comercial. 	5,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	6
UA8	Sistemas de información <ul style="list-style-type: none"> Funciones de la plataforma de servicio al cliente para las operaciones entrantes (voz, respuesta interactiva a través de voz, correo electrónico, fax, correo, mensajería instantánea) y para las operaciones de salida (voz, correo electrónico, fax, chat on-line, mensajería instantánea y mensajes telefónicos SMS). 	1,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	2
	Prueba final de evaluación	1