

Estándar de competencias profesionales

Gestionar plataformas de comercio electrónico

Familia Profesional **Comercio y Marketing**
Nivel **3**
Código **ECP2387_3**
Estado **BOE**
Publicación **RD 297/2021**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Mantener el funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico asegurando la disponibilidad, usabilidad y fiabilidad, con el fin de permitir la consecución de los objetivos de nivel de servicio establecido por la marca u organización.

IC1.1 El estado de la plataforma se monitoriza verificando la velocidad de carga, el estado de la memoria intermedia, el tamaño, formato de las imágenes, vídeos, entre otros, detectando los posibles errores e incidencias que obstaculicen el tráfico previsto.

IC1.2 El estado de la web se analiza, detectando la velocidad de carga, caché, tráfico, el rendimiento, la optimización de las imágenes, vídeos, posibles errores, entre otros, así como comparando los datos recogidos por las herramientas de monitorización con los establecidos como referencia por la organización, reconociendo aquellos valores que no responden a dichas referencias.

IC1.3 Los datos del estado de la web se trasladan a los informes de rendimiento con la periodicidad establecida por el equipo de trabajo (semanal, mensual u otros), focalizando en ellos las posibles incidencias.

IC1.4 Las posibles incidencias detectadas se corrigen aplicando las técnicas correspondientes (comprimir imágenes, optimizar caché, rediseñar formatos u otros) y en los plazos establecidos de acuerdo a los niveles de servicio y/o compromiso adquirido con la marca u organización.

IC1.5 El seguimiento de nuevas tendencias de aplicación en la web, herramientas, recursos u otras utilidades se sondea mediante búsquedas online, acudiendo a seminarios, congresos, plataformas de formación, incorporando agredadores de noticias y/o APPs.

IC1.6 Los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web se aplican a partir de la información generada en el seguimiento de nuevas tendencias, escalando estas iniciativas, en su caso, al responsable del área de negocio y/o marca.

EC2 Gestionar la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico de acuerdo a los estándares previamente establecidos por la organización y su estrategia comercial, según la normativa aplicable de los contenidos publicitarios y de defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de proporcionar trazabilidad al proceso.

IC2.1 Las fichas de producto y/o servicio se gestionan, incorporando actualizaciones en los plazos establecidos (diario, semanal u otros) según la variación de los objetivos de comerciales, movimientos de mercado, competencia u otras variables que condicionen nuestro posicionamiento o limiten nuestro tráfico.

IC2.2 Las condiciones comerciales (precios, impuestos, descuentos, gastos de transporte, política de devoluciones, disponibilidad u otras variables) se actualizan cuando se detecte su variación o por instrucciones recibidas del área de negocio y/o marca en los plazos (diario, semanal u otros) y los protocolos establecidos por la marca u organización.

IC2.3 La información proporcionada sobre los productos y/o servicios sustitutivos, complementarios se revisa periódicamente (diario, semanal u otros), comprobando la idoneidad respecto a la semejanza en el grado de satisfacción o reemplazo de los mismos, contrastando la información con el reporte de los usuarios, modificando, en su caso, la presentación de aquellos que no se adecuan a los seleccionados inicialmente.

IC2.4 Las ofertas, campañas, promociones u otras se publican, incorporando la información de los productos y/o servicios, indicando los plazos de la oferta y las condiciones de la misma, según los estándares de comunicación, los protocolos establecidos por la organización y la normativa aplicable para la defensa de los consumidores y usuarios.

IC2.5 La logística y el estado de los envíos, devoluciones, u otros, se revisa periódicamente (diario, semanal u otros) comprobando la concordancia de las existencias en la plataforma con las del almacén, la disponibilidad de los medios de envío, la recogida de las devoluciones u otros, informando de las incidencias detectadas en su caso.

IC2.6 Las valoraciones de los clientes y/o usuarios, se revisa periódicamente (diario, semanal u otros) recopilando las sugerencias, incidencias, comentarios sobre la idoneidad de los productos y/o servicios, grado de satisfacción del mismo, la experiencia de usuario, la marca u otras, reportando al área de diseño y/o marca, en su caso, las conclusiones de dicha revisión.

- IC2.7** Las imágenes del producto, servicio, vídeos u otros medios gráficos se revisan comprobando la idoneidad, obsolescencia de los mismos, según la evolución de los gustos de clientes y/o usuarios y tendencias de mercado, entre otras variables que les condicionen.
- IC2.8** La información sobre los productos y/o servicios, previsiones de cambios, mejoras, sustituciones, niveles de producción, stock u otra información, se recaba periódicamente de la proporcionada por los proveedores según los medios establecidos (a diario, semanal u otros), manteniendo la plataforma actualizada según indicaciones de servicio.
- IC2.9** La trayectoria de los clientes y/o usuarios se analiza a partir de información recabada de datos personales, dirección de envío o facturación, pedidos formalizados, promociones o descuentos acumulados, carritos utilizados, últimas conexiones u otros datos que permitan identificar su perfil y preferencias mejorando la atención en la comercialización, y usabilidad de la plataforma.

EC3 Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de la plataforma de comercio electrónico, aplicando las acciones de estrategia digital para optimizar los resultados comerciales previstos por la organización.

- IC3.1** La plataforma de comercio electrónico se monitoriza de forma permanente y activa, con herramientas que se adecúen a las necesidades de la organización detectando los contenidos inadecuados o los que cumplen los requisitos establecidos, definidos en la imagen corporativa.
- IC3.2** Los indicadores clave (KPIs) se definen según su campo de acción profesional y la línea de actuación definida por la organización, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca, determinando qué medir y el objetivo estratégico.
- IC3.3** Los indicadores clave (KPIs) definidos se monitorizan por palabras clave, opiniones, usuarios y otros, por períodos de tiempo (semanal, mensual u otros) usando herramientas de analítica web aplicadas para una plataforma de comercio electrónico, ya sean específicas o genéricas, permitiendo comparar los datos con los de los competidores y realizar búsquedas de dominios entre otras utilidades.
- IC3.4** Los datos para la monitorización de los indicadores clave (KPIs) se obtienen directamente a través de la web, o bien extraídos utilizando herramientas específicas para ello.
- IC3.5** Los datos extraídos de la monitorización se analizan, a partir de su cruce con otras informaciones, comprobando las tendencias, los resultados, su repercusión u otros factores, permitiendo su comparación con la competencia, en función de los objetivos de cada acción, según los perfiles definidos, o los datos históricos que identifiquen la tendencia de los indicadores clave (KPIs), recogiendo en los informes propios para su análisis.
- IC3.6** Las conclusiones derivadas de los datos analizados se aplican sobre el contenido de la plataforma de comercio electrónico, optimizando y retroalimentando las acciones realizadas.

EC4 Gestionar las preguntas, solicitudes, reclamaciones e incidencias de los clientes y/o usuarios, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los protocolos establecidos por la organización, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y de defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de dar respuesta, satisfacer y potenciar su fidelidad a la marca.

IC4.1 Los repositorios de comunicaciones de clientes y/o usuarios (formularios de contacto, comentarios, buzones de correo, mensajería, chats, redes sociales u otros) se revisan periódicamente (diario, semanal u otros) clasificando la información recibida según su origen y demanda (pregunta, solicitud, agradecimiento, reclamación, incidencia u otra demanda).

IC4.2 Las preguntas y/o solicitudes se resuelven proporcionando la información solicitada en los plazos establecidos por la organización (cada hora, diario u otros tiempos) o bien derivando al espacio de preguntas frecuentes permitiendo una gestión inmediata.

IC4.3 Las preguntas y/o solicitudes detectadas como incidencias del servicio se derivan, en su caso, empleando los canales, herramientas de comunicación y protocolos de comunicación definidos por la organización, documentando las mismas por los medios establecidos.

IC4.4 Las posibles incidencias y/o reclamaciones en el proceso de compra (dudas frecuentes, incidencia con el carrito de compra, pasarela de pago u otras), o en el proceso postventa (retrasos en la entrega, incidencias en el producto, servicios no prestados u otros) se resuelven en los plazos establecidos según establezcan los protocolos de actuación de la organización y/o la normativa aplicable de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, permitiendo fluidez en el proceso y derivando en su caso, a otros canales de comunicación cuando la demanda requiera una atención más detallada.

IC4.5 Las incidencias se registran, internamente, recopilando la información necesaria que permita aplicar medidas correctoras y optimizar el proceso, según establezcan los protocolos de actuación de la organización y/o la normativa aplicable de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico en su caso.

IC4.6 La evaluación del grado de satisfacción del cliente y/o usuario y la calidad del servicio prestado se evalúa, con los paneles de usuarios, encuestas de satisfacción a través de APPs, e-mail, chats u otros, grupos de discusión, análisis de la información en las redes sociales o bien aplicando métricas de Experiencia de Interacción (IX), Índice de satisfacción del cliente (CSAT), Índice Net Promoter Score (NPS), Índice Customer Effort Score (CES), u otras.

IC4.7 Los resultados obtenidos del grado de satisfacción del cliente y/o usuario y la calidad del servicio prestado se registran en informes con la periodicidad establecida por la organización (diarios, semanales u otros), analizando conclusiones e incluyendo propuestas de mejora, en su caso, o bien escalando la información a las áreas de negocio y/o marca.

- EC5** Ejecutar el seguimiento del inventario, volumen comercial y stock de productos, control de pedidos y gestión de envíos de la plataforma de comercio electrónico, de forma coordinada con el departamento de logística y/o almacén, según los protocolos establecidos por la organización para garantizar la trazabilidad del proceso y conseguir los objetivos establecidos por la organización.
- IC5.1** El estado del inventario ofertado en la plataforma se revisa con la periodicidad establecida (diaria, semanal u otras), comparando con las previsiones comerciales en el periodo siguiente y anticipándose a las posibles roturas de stock.
- IC5.2** La capacidad de unidades de venta se garantiza, comunicando las desviaciones detectadas entre el stock necesario y el disponible, según los medios establecidos por la organización.
- IC5.3** Las roturas de stock o las dificultades de suministro detectadas se informan al departamento de logística y/o almacén, retirando de la plataforma los productos y/o servicios afectados según el protocolo establecido por la organización.
- IC5.4** La gestión de los pedidos se coordina con el departamento comercial y/o logística, identificando las solicitudes en curso por fechas de salida, incluyendo datos como referencia única, localización de entrega, detalles del cliente, importe, modo de pago u otra información que facilite su identificación (para ellos y el cliente).
- IC5.5** El estado del pedido se actualiza generando información como cancelado, entregado, enviado, error de pago, pago pendiente, aceptado, transferencia u otro, permitiendo el cambio de estado del mismo por las diferentes fases del proceso, generando en su caso una respuesta inmediata al cliente y/o usuario informado del nuevo estado.
- IC5.6** La gestión logística se visualiza a partir de la generación de la venta, con información del itinerario, posible fecha de entrega, número de seguimiento en su caso, transporte u otra información de interés facilitando su seguimiento.
- IC5.7** Los pedidos con posibles incidencias derivadas del suministro o entrega se supervisan, contrastando la información facilitada al cliente con los datos en nuestra plataforma, subsanando o modificando la entrega, satisfaciendo las expectativas de los clientes y/o usuarios, según los protocolos establecidos por la organización.
- IC5.8** La factura de venta se genera al finalizar el proceso, facilitando una copia al cliente y/o usuario, generando otra para trámites contables y fiscales de la organización.
- EC6** Ejecutar acciones de dinamización y optimización comercial en campañas de marketing directo, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca, con el fin de adecuarnos a los cambios, conseguir los objetivos establecidos en la estrategia comercial de la organización y garantizar un servicio de calidad.

- IC6.1** Las campañas de marketing directo se dinamizan, generando tráfico online con el envío de emails, sms u otras acciones, informando de productos y promociones relevantes para el cliente y/o usuario.
- IC6.2** Los resultados de las campañas de marketing directo se miden, recopilando los resultados de las acciones generadas por el tráfico online e identificando los cambios surgidos que permitan optimizar resultados.
- IC6.3** Los resultados de las campañas se aplican en la estrategia comercial online, definiendo promociones, descuentos u otras acciones alineadas con el impacto generado, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca de la organización.
- IC6.4** La taxonomía de navegación y de productos se optimiza a partir de los objetivos comerciales establecidos, el margen de productos, el comportamiento online esperado del cliente y/o usuario u otras variables definidas y de interés.
- IC6.5** Los mensajes comerciales de productos destacados u ofertados, se ubican en espacios relevantes de la página principal u otras, en función la información recibida del área de negocio y/o marca sobre su posicionamiento y los objetivos comerciales establecidos.
- IC6.6** Los mensajes comerciales de productos destacados u ofertados, se optimizan a partir de la información recibida de la analítica web o del área de negocio y/o marca, cambiando su ubicación, eliminando los desactualizados, destacando otros de mayor impacto u otras acciones alineadas con la estrategia comercial.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Plataforma de comercio electrónico. La web. Búsqueda online. Planes de desarrollo. Fichas de producto y/o servicio. Objetivos comerciales. Movimientos de mercado. Competencia. Información sobre los productos y/o servicios sus sustitutivos y complementarios. Ofertas. Campañas. Promociones. Descuentos. Margen de productos. Logística. Estado y medios de envíos. Existencias. La marca. Imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos. Niveles de producción y stock. Datos de los clientes y/o usuarios: personales, dirección de envío o facturación, pedidos formalizados, promociones o

descuentos acumulados, carritos utilizados, últimas conexiones u otros. Herramientas de medición del tráfico, rendimiento, monitorización y de analítica web. Indicadores clave (KPIs). Palabras clave. Repositorios de comunicaciones de clientes y/o usuarios: formularios de contacto, comentarios, buzones de correo, encuestas de satisfacción, mensajería, chats, redes sociales u otros. Espacio de preguntas frecuentes. Canales de comunicación. Paneles de usuarios. Grupos de discusión. Análisis de la información en redes sociales. Métricas de Experiencia de Interacción (IX). Índice de satisfacción del cliente (CSAT). Índice Net Promoter Score (NPS). Índice Customer Effort Score (CES). Inventarios. Stocks. Pedidos. Estrategia comercial online. Comportamiento online del cliente y/o usuario. Mensajes comerciales.

Información utilizada o generada

Plataforma de comercio electrónico: velocidad de carga, estado de la memoria intermedia, tamaño y formato de imágenes, vídeos, cache, tráfico, rendimiento, optimización de imágenes, videos, posibles errores, entre otros. Errores. Incidencias. Informes de rendimiento y propuestas de mejora. Información en el seguimiento de nuevas tendencias. Fichas de producto y/o servicio. Objetivos comerciales. Actualizaciones. Condiciones comerciales: precios, impuestos, descuentos, gastos de transporte, política de devoluciones, disponibilidad u otras variables. Ofertas. Campañas. Promociones. Estado de envíos. Devoluciones e incidencias. Valoraciones, sugerencias, comentarios, grado de satisfacción, incidencias y experiencia de clientes y/o usuarios. Tendencias del mercado. Niveles de producción y stock. Datos de los clientes y/o usuarios. Información sobre los productos y/o servicios sus sustitutivos y complementarios. Protocolos de la marca u organización. Normativa de los contenidos publicitarios. Normativa aplicable en materia de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de protección de datos de carácter personal. Datos extraídos de la monitorización. Tendencias. Repercusión. Repositorios de comunicaciones de clientes y/o usuarios: formularios de contacto, comentarios, buzones de correo, mensajería, chats, redes sociales u otros. Información recibida: pregunta, solicitud, agradecimiento, reclamaciones, incidencias, dudas frecuentes, incidencia, pasarela de pago u otras. Grado de satisfacción del cliente y/o usuario y calidad del servicio prestado. Pedidos. Ventas. Facturas. Tráfico online. Resultados de las campañas de marketing directo. Información del área de negocio y/o marca o de la analítica web. Normativa aplicable de competencia desleal. Normativa aplicable de propiedad intelectual. Normativa aplicable de servicio de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Normativa aplicable de pagos electrónico. Normativa aplicable de ordenación del comercio minorista para las ventas a distancia. Código de buenas prácticas.