

CÓDIGO
10B06C05

DURACIÓN
70 horas

NIVEL DE FORMACIÓN
Medio

Dirigido a

Profesionales de cualquier sector que estén interesados en ampliar su mercado de ventas a nivel online, poniendo especial énfasis en Directivos y Mandos Intermedios, Personal de Tecnología eCommerce, Marketing eCommerce, Logística, ATC eCommerce, así como Personal Legal y Financiero/Analista eCommerce.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá los aspectos importantes en un eCommerce, para poder valorar el desarrollo de uno, abarcando aspectos como los económicos, la determinación de la plataforma de pago, el diseño del eCommerce, los distintos canales de Marketing, las técnicas y principios de User Experience (UX) y Conversion Rate Optimization (CRO), los aspectos logísticos, así como los diferentes canales de atención al cliente y la analítica de un eCommerce.

COMPETENCIAS

1. Conceptualizar y conocer todos los aspectos importantes de un eCommerce para poder valorar la idoneidad de lanzar uno.
2. Conocer los principales aspectos económicos de un eCommerce para poder valorar la creación de uno.
3. Conocer los principales gestores de contenido (CMS) y plataformas de pago existentes para eCommerce para poder elegir las más adecuadas en cada proyecto.
4. Conocer los principales aspectos de imagen y diseño de un eCommerce para que se ajuste a lo que queremos transmitir.
5. Conocer los distintos canales de marketing que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
6. Conocer distintas técnicas y principios de User Experience (UX) aplicables al eCommerce para crear sitios fáciles e intuitivos y minimizar errores.
7. Conocer distintas técnicas y principios de la Conversion Rate Optimization (CRO) aplicables al eCommerce para crear sitios orientados a conversión.
8. Conocer los principales aspectos logísticos de un eCommerce para poder valorarlos si se quiere montar uno.
9. Conocer los distintos canales de atención al cliente que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
10. Conocer las principales métricas y KPIs de un eCommerce para conocer su estado y evolución y acciones a acometer.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber indicar todos los aspectos importantes a tener en cuenta en un eCommerce.
2. Saber estimar todos los aspectos económicos de un eCommerce previos y posteriores al lanzamiento.

3. Saber indicar las principales plataformas de pago y CMS más apropiadas para un eCommerce.
4. Saber definir el look and feel de un eCommerce.
5. Saber utilizar los distintos canales de Marketing en un eCommerce.
6. Saber aplicar las distintas técnicas de UX para eCommerce.
7. Saber aplicar las distintas técnicas de CRO para eCommerce.
8. Saber cómo afrontar los distintos aspectos logísticos de un eCommerce.
9. Saber llevar a cabo una correcta atención al cliente en un eCommerce.
10. Saber medir los KPIs principales de un eCommerce.

CONTENIDOS

Unidad 1. Fundamentos

1. Definición de eCommerce.
 - 1.1 Evolución histórica.
 - 1.2 Cifras del eCommerce.
 - 1.3 Tipos de eCommerce.
2. Requisitos para lanzar un eCommerce.

Unidad 2. Plan de negocio

1. ¿Qué es un plan de negocio? Definición.
2. Modelo tradicional.
3. Lean Canvas.

Unidad 3. CMS y plataformas de pago

0. Prólogo
1. Sistema de Gestión del Contenido (CMS).
 - 1.1 Criterios de selección.
 - 1.2 Instalables.
 - 1.3 SaaS.
 - 1.4 Shopify.
 - 1.5 A medida.
 - 1.6 Módulos.
2. Plataforma de pagos.
 - 2.1 TPV.
 - 2.2 PayPal.
 - 2.3 Contrarrembolso.
 - 2.4 Transferencia bancaria o ingreso en cuenta.
 - 2.5 Otras.
 - 2.6 Soluciones generalistas.

Unidad 4. Diseño

1. Definición de identidad digital.
2. Puntos que abarca la identidad digital de un eCommerce.
 - 2.1 Imagen corporativa.
 - 2.2 Diseño web/Look&Feel.
 - 2.3 Comunicación.
3. Importancia de la identidad digital.
4. Recomendaciones.

Unidad 5. Marketing

1. Introducción.

2. Canales.
 - 2.1 Online.
 - 2.1.1 Owned media.
 - 2.1.2 Paid media.
 - 2.1.3 Earned media.
 - 2.2 Offline.
 - 2.3 Orgánica vs Pagada.
3. Importancia de los canales de marketing.
4. Recomendaciones.
5. Producto.

Unidad 6. UX

1. Definición.
 - 1.1 Influencia de la UX en el eCommerce.
2. El diseño persuasivo.
 - 2.1 Planificación.
 - 2.2 Estructura.
 - 2.3 Flujos.
 - 2.4 Visualización y Experiencia.
 - 2.5 Conversión.
3. Técnicas.
 - 3.1 Investigación de mercado y producto digital.
 - 3.2 Investigación de usuarios.
 - 3.2.1 Técnicas.
4. Diseño del producto digital.
 - 4.1 Implementación.
 - 4.2 Lanzamiento.
5. Importancia.

Unidad 7. CRO

1. Definición.
 - 1.1 Recomendaciones.
2. Técnicas y herramientas.
 - 2.1 Matriz de tipos de usuarios.
 - 2.2 A/B Testing.
 - 2.3 Heatmaps.
 - 2.4 Grabaciones.
 - 2.5 Herramientas tácticas de Optimización.
 - 2.6 Personalización.
3. Importancia.

Unidad 8. Logística

1. Definición de logística.
2. Funciones.
 - 2.1 Aprovechamiento/Compras.
 - 2.2 Almacenaje y Gestión del stock.
 - 2.3 Envío.
 - 2.4 Incidencias y devoluciones: logística inversa.
3. Consideraciones a tener en la logística en eCommerce.
4. Recomendaciones.
5. Importancia.



Unidad 9. Atención al cliente

1. Introducción.
2. Funciones.
 - 2.1 Vender.
 - 2.2 Dar confianza
 - 2.3 Diferenciación.
 - 2.4 Resolver dudas.
 - 2.5 Servicio Postventa.
3. Canales.
 - 3.1 Teléfono.
 - 3.2 eMail.
 - 3.3 Redes Sociales.
 - 3.4 Otros.
4. Contenidos relacionados.
5. CRM.
6. Recomendaciones.

Unidad 10. Analítica

1. Introducción.
2. Ciclo de la Analítica.
 - 2.1 Definición.
 - 2.2 Implementación.
 - 2.3 Análisis.
 - 2.4 Reporting.
 - 2.5 Actuación.
3. Áreas y KPIs.
 - 3.1 Negocio.
 - 3.2 Marketing.
 - 3.3 Producto.
 - 3.4 Logística.
4. Herramientas
 - 4.1 Analítica de negocio.
 - 4.2 Analítica digital.
 - 4.2.1 Site-Centric.
 - 4.2.2 UX/CRO.
5. Recomendaciones.