Venta Online (eCommerce)

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 35 H

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

UD1. Fundamentos.

- 1.1. Definición de eCommerce.
 - 1.1.1 Evolución histórica.
 - 1.1.2. Cifras del eCommerce.

- 1.1.3. Tipos de eCommerce.
- 1.2. Requisitos para lanzar un eCommerce.

UD2. Plan de negocio.

- 2.1. ¿Qué es un plan de negocio? Definición.
- 2.2. Modelo tradicional.
- 2.3. Lean Canvas.

UD3. CMS y plataformas de pago.

- 3.0. Prólogo.
- 3.1. Sistema de Gestión del Contenido (CMS).
 - 3.1.1. Criterios de selección.
 - 3.1.2. Instalables.
 - 3.1.3. SaaS.
 - 3.1.4. Shopify.
 - 3.1.5. A medida.
 - 3.1.6. Módulos.
- 3.2. Plataforma de pagos.
 - 3.2.1. TPV.
 - 3.2.2. PayPal.
 - 3.2.3. Contrarrembolso.
 - 3.2.4. Transferencia bancaria o ingreso en cuenta.
 - 3.2.5. Otras.
 - 3.2.6. Soluciones generalistas.

UD4. Diseño.

- 4.1. Definición de identidad digital.
- 4.2. Puntos que abarca la identidad digital de un eCommerce.
 - 4.2.1. Imagen corporativa.
 - 4.2.2. Diseño web/Look&Feel.
 - 4.2.3. Comunicación.
- 4.3. Importancia de la identidad digital.
- 4.4. Recomendaciones.

UD5. Marketing.

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Canales.
 - 5.2.1. Online.
 - 5.2.2. Offline.
 - 5.2.3. Orgánica vs Pagada.
- 5.3. Importancia de los canales de marketing.
- 5.4. Recomendaciones.
- 5.5. Producto.

Unidad 6. UX.

6.1. Definición.

6.1.1. Influencia de la UX en el eCommerce.

6.2. El diseño persuasivo.

6.2.1. Planificación.

6.2.2. Estructura.

6.2.3 Flujos.

6.2.4. Visualización y Experiencia.

6.2.5. Conversión.

6.3. Técnicas.

6.3.1. Investigación de mercado y producto digital.

6.3.2. Investigación de usuarios.

6.4. Diseño del producto digital.

6.4.1. Implementación.

6.4.2. Lanzamiento.

6.5. Importancia.

UD7. CRO.

7.1. Definición.

7.1.1. Recomendaciones.

7.2. Técnicas y herramientas.

7.2.1. Matriz de tipos de usuarios.

7.2.2. A/B Testing.

7.2.3. Heatmaps.

7.2.4. Grabaciones.

7.2.5. Herramientas tácticas de Optimización.

7.2.6. Personalización.

7.3. Importancia.

UD8. Logística.

8.1. Definición de logística.

8.2. Funciones.

8.2.1. Aprovisionamiento/Compras.

8.2.2. Almacenaje y Gestión del stock.

8.2.3. Envío.

8.2.4. Incidencias y devoluciones: logística inversa.

8.3. Consideraciones a tener en la logística en eCommerce.

8.4. Recomendaciones.

8.5. Importancia.

UD9. Atención al cliente.

9.1. Introducción.

9.2. Funciones.

9.2.1. Vender.

- 9.2.2. Dar confianza.
- 9.2.3. Diferenciación.
- 9.2.4. Resolver dudas.
- 9.2.5. Servicio Postventa.
- 9.3. Canales.
 - 9.3.1. Teléfono.
 - 9.3.2. eMail.
 - 9.3.3. Redes Sociales.
 - 9.3.4. Otros.
- 9.4. Contenidos relacionados.
- 9.5. CRM.
- 9.6. Recomendaciones.

UD10. Aspectos legales.

- 10.1. Introducción.
- 10.2. Normativa vigente.
 - 10.2.1. LOPD.
 - 10.2.2. RD1720.
 - 10.2.3. LSSI.
 - 10.2.4. RGPD.
- 10.3. Aplicación práctica.
 - 10.3.1. Web.
 - 10.3.2. eCommerce/Venta.
 - 10.3.3. Sector y Productos.
 - 10.3.4. Empresa.

UD11. Analítica.

- 11.1. Introducción.
- 11.2. Ciclo de la Analítica.
 - 11.2.1 Definición.
 - 11.2.2. Implementación.
 - 11.2.3. Análisis.
 - 11.2.4. Reporting.
 - 11.2.5. Actuación.
- 11.3. Áreas y KPIs.
 - 11.3.1. Negocio.
 - 11.3.2. Marketing.
 - 11.3.3. Producto.
 - 11.3.4. Logística.
- 11.4. Herramientas.
 - 11.4.1. Analítica de negocio.
 - 11.4.2. Analítica digital.
- 11.5. Recomendaciones.