

INFORMACIÓN

CURSO: VENTA ONLINE (ECOMMERCE) (LATAM)

DURACIÓN: 35 HORAS

MODALIDAD: ONLINE

SECTOR: COMERCIO

DÓNDE: TODA ESPAÑA

HASTA 100% BONIFICABLES

CON DIPLOMA

DESCRIPCIÓN

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 cómo afrontar los distintos aspectos legales de un eCommerce. 11. Saber medir los KPIs principales de un eCommerce

TITULACIÓN

Superando el curso con éxito, recibirás un diploma que certifica el correcto aprovechamiento del curso.

METODOLOGÍA

Nuestra metodología está pensada para que el alumno/a obtenga o mejore sus habilidades profesionales. En nuestra plataforma encontrará todo lo necesario para adquirir el nivel más alto de conocimiento, con los contenidos a su disposición, además, de otros recursos que favorecerán la adquisición de nuevos conocimientos. La plataforma estará disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para que el usuario o usuaria pueda conectarse donde desee, simplemente disponiendo de una conexión de internet.

TEMARIO

Unidad 1. Fundamentos del eCommerce.

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. El 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. Unidad 3. 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. El Diseño en un eCommerce.

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 para eCommerce.

- 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. User Experience (UX) en eCommerce.

- 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. Conversion Rate Optimization (CRO) en el eCommerce.

- 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. La logística en el eCommerce.

- 1. Definición de logística.
- 2. Funciones.
 - 2.1. Aprovisionamiento/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 en un eCommerce.

- 1. Introducción.
- 2. Funciones.
 - 2.1. Vender.
 - 2.3. Dar confianza
 - 2.4. Diferenciación.
 - 2.5. Resolver dudas.
 - 2.6. 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. La analítica en un eCommerce.

- 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 SiteCentric.
 - 4.2.2. UX/CRO.
- 5. Recomendaciones.