

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de eCommerce: creación y gestión eficaz de tiendas online

→ Conocimientos y herramientas necesarias para la
venta por Internet.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 902 021 206 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

El comercio electrónico es una actividad que se está introduciendo con fuerza en todos los sectores productivos y comerciales ya que ofrece nuevas oportunidades de negocio y abre las puertas a otros mercados. Para afrontar este reto con garantías, las estructuras de las empresas deben abrirse al conocimiento del comercio por Internet, conocer las herramientas del Marketing Digital y, al mismo tiempo, reorganizarse internamente para poder alcanzar el éxito en la venta por Internet.

Todas las empresas que venden sus productos a otras compañías (*Business to Business, B2B*) o las empresas que se dirigen directamente al consumidor final (*Business to Consumer, B2C*) están obligadas por igual a conocer los entresijos del mundo comercial en Internet, los nuevos modelos de empresa alcanzan a todos los ámbitos y pueden suponer una amenaza para su futuro.

Este curso está pensado para formar al alumno en los conocimientos fundamentales teóricos y prácticos que sustentan el comercio electrónico y, al mismo tiempo, ayudarle a reflexionar y a establecer criterios idóneos aptos a su organización.

La Educación On-line

La formación continua es una necesidad para todo profesional que quiera estar al día en un entorno tan cambiante como el actual. La modalidad virtual de la educación a distancia es una oportunidad para ello.

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución, de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.



Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 80 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 4 módulos de formación práctica de que consta el curso eCommerce: Creación y gestión eficaz de tiendas online.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas en la introducción y desarrollo del comercio electrónico en la empresa.

Actividades de Seguimiento

Corresponden a actividades donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la introducción y desarrollo del comercio electrónico en la empresa.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo se clasifican los negocios online y cuáles son las nuevas tendencias en Internet.
- Las reglas del marketing digital y su influencia en la economía de la empresa.
- Qué competencias humanas son necesarias en una organización para afrontar con garantías la actividad del comercio electrónico.
- Las tendencias del eCommerce para aplicarlas a su empresa.
- Cómo identificar las técnicas enfocadas en el eCommerce así como las bases estratégicas de cada una de ellas.
- Qué opciones tecnológicas existen para introducirse en el eCommerce.
- Cuáles son las disciplinas y herramientas más idóneas del marketing digital en los planes de eCommerce.
- Cuál es el proceso de construcción de una tienda online, analizando el front-office y el back-office.
- Cómo plantear presupuestos e inversiones integrales dirigidas al eCommerce.
- Cómo realizar cuadros de medición y cómo calcular el retorno de las inversiones.
- Cómo se debe desarrollar un Plan de eCommerce.
- Cómo combinar las técnicas de Marketing Digital con las de Management para gestionar nuestras plataformas y tiendas online.
- Cuáles son los modelos de venta online que mejores resultados ofrecen en la actualidad.
- Cómo se realiza la atención al cliente y los programas de fidelización en el eCommerce.

Ahora es el momento de prepararse para el eCommerce ya que en España las ventas online sólo representan un 3% de las ventas totales frente al 7,2% de la Unión Europea o el 11,6% de USA

(Fuente: Centre for Retail Research).

Dirigido a:

Responsables y miembros de los departamentos de Marketing, Comercial, Ventas, Producción, Exportación, etc. que deseen conocer y especializarse en las diferentes actividades y posibilidades del comercio electrónico.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Conceptos fundamentales del eCommerce

16 horas

A través de este módulo conoceremos los nuevos principios del marketing digital y aprenderemos la nueva manera de entender la comunicación y las relaciones comerciales entre empresa y cliente. Además, reflexionaremos sobre las competencias humanas necesarias en una organización para afrontar con garantías la actividad del comercio electrónico.

1.1. Criterios y conceptos básicos del eCommerce:

- 1.1.1. Qué se entiende por eCommerce.
- 1.1.2. Tipos de relaciones en el eCommerce.
- 1.1.3. Vinculación del eCommerce y el Marketing Digital.
- 1.1.4. Venta a distancia por Internet: factores diferenciales.
- 1.1.5. Clasificaciones del comercio electrónico de empresa:
 - 1.1.5.1. Según el tipo de relación: B2B / B2C / B2E / B2B2C / B2G.
 - 1.1.5.2. Según el tipo de producto: tangible o intangible.
 - 1.1.5.3. Según la actividad de la empresa: productivas o intermediarias.
 - 1.1.5.4. Según modelo de negocio: Pure Player u Omni-Channel.

1.2. Las nuevas reglas del Marketing Digital:

- 1.2.1. De las 4 P's a las 8 P's:
 - 1.2.1.1. Personalización.
 - 1.2.1.2. Participación.
 - 1.2.1.3. Paridad.
 - 1.2.1.4. Predicción.
- 1.2.2. El principio de Pareto y el concepto Longtail.
- 1.2.3. Nuevas tendencias de negocio nacidas en Internet:
 - 1.2.3.1. Del servicio estándar al microservicio.
 - 1.2.3.2. De la compra individual a la social.
 - 1.2.3.3. Del uso privado al uso público.
 - 1.2.3.4. Del stock total al stock cero, el Drop Shipping.
 - 1.2.3.5. Del servicio de pago exclusivo al servicio Freemium.

1.3. Las barreras en la integración del eCommerce:

- 1.3.1. La gestión del cambio y la incertidumbre:
 - 1.3.1.1. La seguridad financiera.
 - 1.3.1.2. La seguridad informática.
 - 1.3.1.3. La seguridad jurídica.
 - 1.3.1.4. La seguridad comercial.
 - 1.3.1.5. Los recursos humanos.
- 1.3.2. Procesos del eCommerce, diferencias con el comercio tradicional.

Contenido del curso

1.3.3. Nuevos profesionales en la empresa: la gestión diaria del eCommerce:

1.3.3.1. Profesionales enfocados en el Frontend.

1.3.3.2. Profesionales enfocados en el Backend.

→ MÓDULO 2. Espacios comerciales en internet: análisis, creación y desarrollo

16 horas

Objetivos: aprender los tipos de tecnología existentes en eCommerce, introducir al alumno en el diseño y la programación de tiendas online e identificar los recursos humanos necesarios en el diseño web.

2.1. Tipos de espacio en eCommerce:

2.1.1. Espacio comercial propio e independiente:

2.1.1.1. Programación bajo licencia privada.

2.1.1.2. Programación Open Source o código abierto.

2.1.1.3. Programación SaaS, o programación como servicio.

2.1.2. Marketplace: una opción principal o complementaria de eCommerce.

2.2. Creación del sitio web: perfiles necesarios staff técnico y creativo:

2.2.1. Jefe de proyecto.

2.2.2. Arquitecto de software.

2.2.3. Arquitecto de la información.

2.2.4. UX (User Experience).

2.2.5. Programador.

2.2.6. Diseñador web.

2.2.7. Maquetador.

2.3. Procesos de construcción de una tienda virtual propia:

2.3.1. Creación:

2.3.1.1. Gestión de la información Card sorting.

2.3.1.2. Desarrollo del Árbol de Contenidos.

2.3.1.3. Diseño arquitectónico del sitio: *mockups* o *wareframes*.

2.3.2. Programación:

2.3.2.1. Instalación de programa base.

2.3.2.2. Elección de plantillas pre-diseñadas y modificaciones CSS.

2.3.2.3. Integración de módulos.

2.3.2.4. Inserción de contenidos: estáticos y dinámicos.

2.3.3. Conexión al ERP de la empresa.

2.3.4. Hosting.

Contenido del curso

2.4. Análisis práctico de las tiendas virtuales:

2.4.1. El lenguaje estético y la influencia en la compra.

2.4.2. El front-end, la visualización del internauta:

2.4.2.1. Menús.

2.4.2.2. Buscador avanzado: filtros.

2.4.2.3. Sliders.

2.4.2.4. Registro de usuarios: formularios.

2.4.2.5. Métodos de contacto entre cliente y tienda.

2.4.3. El back-end, el administrador del sitio web:

2.4.3.1. Características principales del back-end.

2.4.3.2. Categorías, atributos y valores.

2.4.3.3. Formas de pago y facturación: automatización de procesos.

2.5. Briefing de construcción.

2.6. Análisis web: tráfico y zonas de interactividad

2.6.1. El análisis de tráfico: Google Analytics.

2.6.2. Zonas calientes: Eyetracking y Mapas de Calor.

→ MÓDULO 3. Disciplinas y herramientas del comercio electrónico

32 horas

A través de este módulo se presenta una visión integral de las disciplinas del marketing digital, las técnicas de comunicación y la venta online. Se identificarán, además, las técnicas enfocadas en el eCommerce y las bases estratégicas de cada una de ellas.

3.1. Las estrategias de comunicación:

3.1.1. La expansión de Internet y el mix de la comunicación digital.

3.2. Disciplinas y herramientas del marketing digital:

3.2.1. Marketing de buscadores:

3.2.1.1. SEO (Search Engine Optimization).

3.2.1.2. Cómo funciona Google.

3.2.1.3. Qué es y cómo se consigue el posicionamiento orgánico (SEO).

3.2.1.4. Técnicas externas de posicionamiento: Link Building.

3.2.1.5. Keyword: qué es y cómo debe ser implementado.

3.2.1.6. SEM (Search Engine Marketing).

3.2.1.7. Proceso y análisis de resultados.

Contenido del curso

3.2.2. Marketing promocional y de fidelización:

3.2.2.1. Planes de fidelización.

3.2.2.2. Cupones promocionales.

3.2.2.3. Técnicas de trade marketing online.

3.2.2.4. Servicio de atención al cliente online: herramienta de engagement.

3.2.2.5. Portales de compra colectiva y promocional.

3.2.3. Marketing de permiso o e-Mail Marketing:

3.2.3.1. La segmentación contra el buzoneo digital.

3.2.3.2. Tipos de plataformas de envío y gestión.

3.2.3.3. Características fundamentales de un e-mail.

3.2.3.4. Cuadros de mando.

3.2.4. Marketing de Afiliación:

3.2.4.1. Qué es y qué aporta al comercio electrónico.

3.2.4.2. Cómo funciona y qué ventajas ofrece.

3.2.4.3. Tipos de estrategias de afiliación.

3.2.4.4. Plataformas tecnológicas de afiliación: quienes son.

3.2.5. Marketing en Redes Sociales: SMM (Social Media Marketing)

3.2.5.1. El entorno de la conversación permanente.

3.2.5.2. Los cuatro puntos básicos de la SMO: *Engagement*.

3.2.5.3. Tipos de comunidades virtuales y de contenidos.

3.2.5.4. Blogs y foros: técnicas imprescindibles en redes sociales.

3.2.5.5. Herramientas de monitorización de redes sociales.

3.2.6. Marketing Móvil:

3.2.6.1. Principios de la movilidad y su importancia en el comercio electrónico.

3.2.6.2. Aplicaciones: tipos y enfoques estratégicos.

3.2.6.3. Enfoques estratégicos de las aplicaciones.

3.2.6.4. Web Responsive: una sola web para todos los formatos.

3.2.7. Publicidad Display.

3.3. Técnicas prioritarias para el rendimiento del e-commerce:

3.3.1. Herramientas de identificación.

3.3.2. Herramientas de vinculación.

3.3.3. Herramientas de conversión.

3.3.4. Herramientas de fidelización.

3.4. Integración de técnicas y monitorización:

3.4.1. Inbound Marketing.

3.4.2. Hubspot.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Proyecto integral de eCommerce paso a paso

16 horas

El objetivo de este módulo es que el alumno aprenda los pasos necesarios a dar para el desarrollo de un proyecto integral de eCommerce.

4.1. Plan estratégico de comercio electrónico.

4.2. Los 8 puntos clave de un e-business plan:

- 4.2.1. Misión.
- 4.2.2. Contexto.
- 4.2.3. Descripción del producto o servicio.
- 4.2.4. Análisis de la competencia.
- 4.2.5. Análisis DAFO.
- 4.2.6. Plan de Marketing Digital.
- 4.2.7. Plan de Operaciones.
- 4.2.8. Plan financiero.

4.3. Plan de Marketing Digital:

- 4.3.1. Análisis de situación (¿dónde estamos ahora?).
- 4.3.2. Objetivos (¿dónde queremos estar?).
- 4.3.3. Estrategia (¿cómo llegaremos ahí?).
- 4.3.4. Tácticas (¿cómo lo haremos exactamente para llegar ahí?).
- 4.3.5. Acción (¿quién, qué y cuándo lo haremos?).
- 4.3.6. Control (¿cómo controlaremos y analizaremos los resultados?).

4.4. Planes de Ventas e Inversión:

- 4.4.1. Políticas de precios.
- 4.4.2. Cálculos estimativos de ventas.

4.5. Plan de comunicación digital enfocado en el ecommerce:

- 4.5.1. Publicidad y Relaciones Públicas: diferencias.
- 4.5.2. Actividades en el medio social (SMM).
- 4.5.3. Actividades publicitarias.
- 4.5.4. Briefing de comunicación.
- 4.5.5. KPI's o indicadores claves.

4.6. Caso práctico: desarrollo integral de proyecto:

- 4.6.1. Situación.
- 4.6.2. Estrategia, objetivos e inversiones.
- 4.6.3. Logística.
- 4.6.4. Actividades y presupuestos.
- 4.6.5. Tecnología: construcción de tienda online y conectividad a ERP.
- 4.6.6. Disciplinas y herramientas de marketing digital seleccionadas.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso eCommerce: creación y gestión eficaz de tiendas online han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Xavier Folguera

Diplomado en Diseño Industrial en la Escola Superior de Disseny i Art Llotja de Barcelona. Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico por la Escuela de Administración de Empresas EAE/OBS.

Profesional con más de 25 años de experiencia como emprendedor, fue fundador y hoy socio del Colegio de Publicitarios y RRPP de Catalunya.

Especializado en eCommerce y Marketing Digital es ponente habitual en diversas entidades sobre el tema.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en eCommerce: creación y gestión eficaz de tiendas online**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

