

Objetivos

1. Conocer los distintos canales de atención al cliente que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
2. Conocer los principales aspectos legales de un eCommerce para poder valorarlos si se quiere montar uno.
3. Conocer las principales métricas y KPIs de un eCommerce para conocer su estado y evolución y acciones a acometer.

Parámetros de evaluación

1. Saber llevar a cabo una correcta atención al cliente en un eCommerce.
2. Saber cómo afrontar los distintos aspectos legales de un eCommerce.
3. Saber medir los KPIs principales de un eCommerce.

Programa

Unidad 1. Atención al cliente en un eCommerce.

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 2. Aspectos legales en eCommerce.

1. Introducción.
2. Normativa vigente.
 - 2.1 LOPD
 - 2.2 RD1720
 - 2.3 LSSI
 - 2.4 RGPD
3. Aplicación práctica.
 - 3.1 Web.
 - 3.2 eCommerce/Venta.
 - 3.3 Sector y Productos.
 - 3.4 Empresa.

Unidad 3. 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 Site-Centric.
 - 4.2.2 UX/CRO.
- 5. Recomendaciones.

Material desarrollado por

Yago González

DIGITAL MANAGER ESPECIALIST

Experiencia profesional

CMO y Founder (yopongoelhielo.com) 2013- Actualidad.

Online Analytics Manager Grupo MásMóvil (MásMóvil, Yoigo y Pepephone) 2017-2018.

Ecommerce Manager at Vodafone second brand (Lowi) 2015 - 2017.

Competencia docente

Docente Máster en Marketing y Comunicación Digital (ESESA).

Docente Ecommerce en programa Impúlsate (Telefónica).

Formador en Analítica Digital, UX y CRO (Grupo Safamotor).

Formación académica

Licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad de Málaga).

Postgrado: Diploma de Estudios Avanzados, Comunicación Audiovisual y Publicidad (U. Complutense de Madrid).

Master en Analítica Digital (Universitat de Barcelona).

Google Analytics Certificado de Aptitud (GAIQ).