

Objetivos

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 los principales aspectos legales de un eCommerce para poder valorarlos si se quiere montar uno.
11. Conocer las principales métricas y KPIs de un eCommerce para conocer su estado y evolución y acciones a acometer.

Parámetros de evaluación

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.

Programa

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 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

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. Aspectos legales

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.

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).