

Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico

- Análisis de mercado y competencia.
- Público Objetivo al que me dirijo.
- Marca y posicionamiento.
- Proposición Única de Venta: qué ofrezco diferente o mejor que la competencia.
- Portfolio de producto / servicios.
- Política de precios.
- Ámbito del servicio: nacional, internacional...
- Paso de un negocio offline al eCommerce.
- Marketing mix del eCommerce (a nivel planificación).

2. eCommerce Performance: Análisis Financiero en comercio electrónico

- El Plan de Negocio como punto de partida de rendimiento económico.
- La importancia del Presupuesto: desde el Budget al seguimiento de objetivos.
- Cómo diseñar una estructura de Costes e Ingresos.
- Cómo medir la rentabilidad y el rendimiento de mi tienda online.
- Los KPIs que hay que controlar para gestionar un negocio online.



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

3. Soluciones tecnológicas para crear una tienda online

- Soluciones existentes versus desarrollo propio
- Cómo comparar las mejores soluciones
- Cómo elegir la mejor para mi negocio, mis necesidades y limitaciones
- Aspectos a tener en cuenta en la implementación y mantenimiento
- Integración de pasarelas de pago y diferentes medios de pago
- Cómo medir tu tienda online con Google Analytics: conceptos básicos

4. Sesión práctica de Prestashop

- Preparación del entorno. Instalación de software necesario.
- Instalación y configuración de la plataforma Prestashop
- Gestión de catálogo
- Añadir y configurar módulos y extensiones
- Cambio del diseño del ecommerce
- Integrar plataformas externas: Google Analytics, herramientas de chat...



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

5. Las claves para construir y medir una website de éxito en comercio electrónico.

- Catálogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catálogo
- Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end
- Gestión de puntos de abandono y entrada al site.
- Técnicas para medición y reducción de las causas de abandono.
- Flujos de caja y financiación.
- Zonas calientes y zona de usuario.
- Carrito de la compra
- La Multipantalla.

6. Social Commerce: Cómo utilizar e integrar las redes sociales en mi tienda online:

- El Social Commerce
- Webs de eCommerce versus Fan Page
- Integración de mi tienda con la Fan Page
- Cómo integrar twitter y otras redes sociales



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

- Social commerce on y off site.
- Multicanalidad y la nueva experiencia de compra
- Soluciones disponibles en el mercado
- Métricas en Social Commerce

7. Mobile commerce: mCommerce

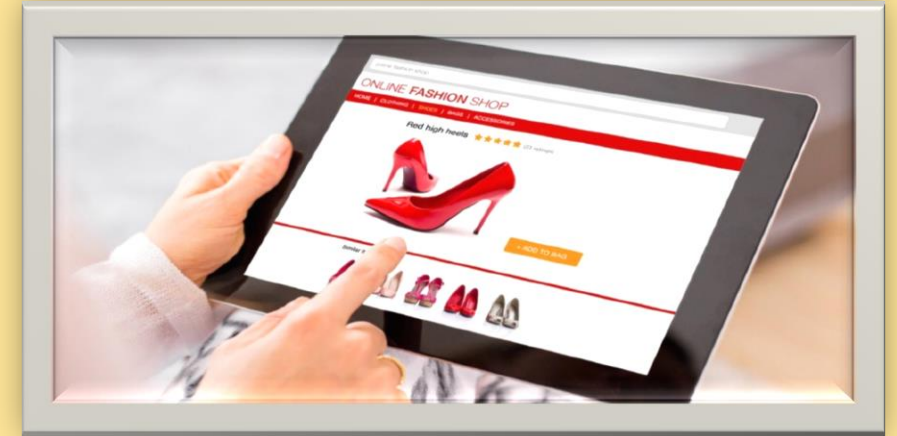
- Claves para crear una webapp responsive en m-commerce
- Alternativas para integrar una app nativa con el back-end de una tienda on-line
- Proximity commerce o cómo añadir ítems al carrito de una app móvil en el punto de venta físico.
- Cómo integrar en una app móvil botones y recursos de redes sociales
- Mecanismos para enviar promociones push a una app nativa.



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

8. Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural

- Herramientas de búsqueda.
- Funcionamiento de los buscadores
- ¿Qué hacer para que nos indexen por primera vez?
- ¿Qué hacer para que NO nos indexen los buscadores?
- Optimización de páginas Webs.
- Planificación y Estrategia para un óptimo posicionamiento.
- Posicionamiento en Google
- Posicionamiento en otros buscadores principales
- Evitar técnicas penalizadas por los buscadores
- Estudios sobre la posición en los resultados de búsquedas.



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

9. SEM – Search Engine Marketing – aplicado a comercio electrónico.

- Marketing de Buscadores: Herramientas, Métodos y Conceptos.
- Conversión de tráfico a tráfico cualificado.
- La importancia de las landingpages.
- Métricas de Tráfico y Conversión.
- Gestión de Proyectos SEM

10. Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web

- Visión analítica Web
- Tipos de herramientas
- Google Analytics
 - Administración
 - Informes tiempo real
 - Público/Audiencia
 - Adquisición
 - Informes de comportamiento
 - Conversiones



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

11. Cómo optimizar el carrito de compra en eCommerce

- Diseñando el carrito de la compra
- Diseñar un formulario de check out efectivo
- El registro
- Cómo aumentar el promedio del carrito de la compra: Upselling, Crossselling y Behavioural Marketing
- Recuperar carritos abandonados: causas de abandono y el remarketing

12. El Marketing de Contenidos – contenido editorial asociado a mi marca

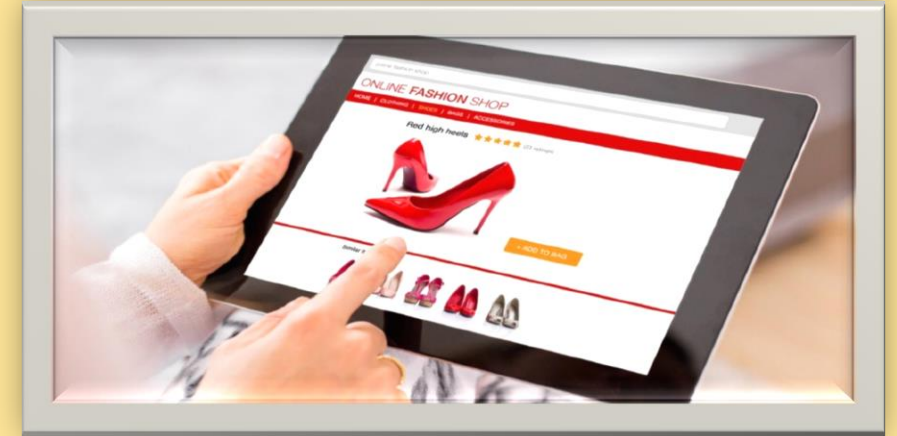
- Qué es el marketing de contenidos: sus aplicaciones directas y casos
- Objetivos y posibles beneficios del marketing de contenidos
 - Posicionamiento de marca o personal
 - Captación de tráfico e impulso del SEO
 - Engagement con mis clientes y potenciales clientes
 - Generación de ventas



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

12. El Marketing de Contenidos – contenido editorial asociado a mi marca

- Cómo generar contenidos multiplataforma.
- ¿Qué tipo de contenido para cada plataforma?
 - Newsletters y comunicaciones directas
 - Redes Sociales, Mobile y Web
- Tipos de contenidos que podemos crear en nuestra web que puedan crear valor y negocio
 - Texto: artículos, tips, news, testimonios, etc.
 - Gráficos, estadísticas e infografías
 - Fotografía y vídeo
 - Adaptación de textos offline a online



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

13. E-mail marketing

- El papel del e-mail marketing en el media digital mix
- Permission Marketing: el permiso y cómo conseguirlo
- Listas y bases de datos internas y listas externas “opt-in”, sus costes y su óptima contratación
- Distintos formatos de emails y sus usos
- La integración del e-mail marketing con la landing page
- Las herramientas de envío masivo y cómo utilizarlas
- Planificación, contratación y gestión de campañas de e-mail marketing
- Análisis y Medición de resultados fundamentales de e-mail marketing
- Cómo desarrollar un Plan de e-mail Marketing de principio a fin

14. Advertising y Behavioral Targeting orientado a e-commerce

- Display en ecommerce: medios y formatos
- Técnicas para lograr “seducir” y hagan “clickthrough”
- La importancia de la landing page



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

14. Advertising y Behavioral Targeting orientado a e-commerce

- Retargeting para un ecommerce
- Actores de Marketing de Afiliación
- Diferentes modelos de campañas de afiliación según objetivos: PPC, PPL, PPS Modelos mixtos
- Claves para el éxito de una campaña por resultados
- Principales métricas de Affiliate Marketing
- Behavioral Targeting en e-commerce

15. La Logística y atención al cliente en comercio electrónico

- Importancia y responsabilidades de la logística en comercio electrónico
- El transporte urgente aplicado al comercio electrónico
- Gestión de los datos con proveedores y producción
- Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa
- Información de seguimiento online de envíos
- Atención al cliente en e-commerce
- Soluciones call center en el servicio de att. al cliente.



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

16. Medios de pago online

- Los principales problemas de los pagos online
- Introducción medios de pago
- Tipos de formas de pago
- Ventajas e inconvenientes de las formas de pago
- Costes en la instalación de las formas de pago
- Mecanismos de seguridad en los medios de pago
- Introducción al comercio electrónico móvil
- Wok-Flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil

17. Omnicanalidad y digitalización de puntos de venta

- Que es el omnichannel
- Claves estratégicas
- De la multicanalidad a la omnicanalidad
- Procesos críticos dentro de las compañías e impacto en la organización



Curso Comercio Electrónico – Ecommerce

17. Omnicanalidad y digitalización de puntos de venta

- El desarrollo, gestión y resultados de la omnicanalidad
- Cómo trabajar el conflicto de canal
- Consumer Experience: una única y perfecta experiencia del consumidor en todos los canales, medios, plataformas...

18. Aspectos jurídico-prácticos en comercio electrónico

- Normativa aplicable en materia de publicidad en el ámbito estatal
- Implicaciones legales del comercio local e internacional en comercio electrónico
- Responsabilidades legales en comercio electrónico
- Responsabilidades subsidiarias en la subcontratación de fases de la cadena de valor
- Implicaciones legales en la comunicación de características y precios

