

DIPLOMADO

E-Commerce & Marketplaces

MODALIDAD: PRESENCIAL
DURACIÓN: 104 HORAS



Si eres ...

- Emprededor y deseas comercializar tu producto o servicio en línea, eres un empresario y quieres transformar tu negocio en un E-commerce, gestionas un área comercial y necesitas entender la nueva forma de venta en línea, o simplemente quieres actualizarte y entender cómo funciona el mundo de los negocios en la era digital, este programa es para ti.

Aprenderás ...

- Acerca de tendencias y conceptos innovadores que se utilizan para hacer transacciones comerciales en línea y crear planes orientados a mejores resultados.
- A gestionar procesos para una óptima administración de los recursos humanos y económicos que hacen que funcione un E-commerce.
- A medir y evaluar resultados a través de herramientas digitales adecuadas para tu negocio, esto te ayudará a lograr un crecimiento a corto, mediano y largo plazo.

Al concluir este programa...

- Comprenderás conceptos y tendencias de un E-commerce que te ayudarán a desarrollar habilidades para crear, administrar o incrementar el tamaño de tu negocio en línea a través de tecnologías de información.

MÓDULOS

01 Panorama actual del comercio electrónico en el mundo

1. La economía digital.
2. ¿Por qué vender online? Oportunidad de mercado en México y el mundo.
3. Principios básicos de comercio electrónico y negocios digitales: transformación digital de las empresas.
4. Beneficios y retos de la tienda online vs. la física.
5. Casos de éxito nacionales e internacionales.
6. Modelos de negocio (B2B, B2C, etc.)
7. Canales de venta online: ecommerce propio, marketplaces nacionales e internacionales, apps de terceros, comercio conversacional, etc.
8. Omnicanalidad.

02 Transformación digital de la empresa: de la venta tradicional a la venta online

1. Evaluación actual del negocio para la creación del canal de comercio electrónico.
2. Construcción de la estructura, recursos y procesos del canal de Comercio electrónico.
3. Definición de buenas prácticas para el cumplimiento de actividades del proyecto e-commerce.
4. Análisis de la oferta de producto actual dentro del canal de comercio electrónico: propuesta de valor.
5. Plan de negocio y viabilidad de comercio electrónico.
6. Aprovisionamiento en comercio electrónico y la relación con los proveedores.

03 Venta online en marketplaces

1. Overview de los marketplaces más importantes en México.
2. Canales alternos para la venta online: venta y operaciones en marketplaces.
3. Casos de éxito con marketplaces de nicho.
4. Pasado, presente y futuro de Amazon.
5. Canales y modelos de negocio de Amazon.
6. Publicidad dentro y fuera de Amazon.

MÓDULOS

04 Plataformas de Comercio Electrónico y su gestión

1. ¿Cómo elegir la plataforma de comercio electrónico ideal para cada negocio?
2. Lógica de la tienda online: experiencia de usuario y diseño de interfaz.
3. Diseño de la tienda online home basado en macro y microconversiones.
4. Catálogo de la tienda online: categorías, filtros, atributos, etc.
5. La página de producto y el check out como clave de venta.

05 Operación de un comercio electrónico

1. La logística y la gestión del stock en el almacén.
2. Gestión de los envíos, métodos delivery y el servicio postventa.
3. Diseño de la logística para la tienda online.
4. Políticas de envío y devoluciones.
5. Plataformas de pago para la venta online.
6. Procesos de pago y sus estructuras.
7. Tipos de fraude y estrategias para combatirlos.
8. Gestión de contracargos.
9. Aspectos legales en el comercio electrónico.
10. Ordenamiento y legalidad corporativa previo a operar una tienda online.
11. Aviso de privacidad y términos y condiciones de la tienda online.
12. Aspectos legales en las promociones de la tienda online.
13. Elementos y procesos de atención a clientes
14. Estrategia y costos de atención a clientes
15. Mitos de servicio al cliente
16. Atención al cliente como herramienta de ventas
17. El costo de un mal servicio al cliente

MÓDULOS

06 Estrategias de marketing y ventas para el comercio electrónico

1. Diseño de estrategias digitales para el lanzamiento y posicionamiento de un e-commerce.
2. SEO y SEM para comercio electrónico.
3. Social Media y Social Commerce para la tienda online.
4. Estrategias y campañas de negocio básicas en canales sociales para el ecommerce.
5. ¿Cómo vender con social commerce?

07 Análisis y métricas del negocio online

1. Validación del cumplimiento de objetivos del proyecto de comercio electrónico.
2. Informes de gestión del canal.
3. Evaluación de efectividad de la estrategia digital para la tienda online.
4. Reportes de efectividad: funnel de ventas y modelos de atribución con funnel de conversiones de A. Kaushik: see, think, do y care.

EDUCACIÓN
CONTINUA
UVM

PREPÁRATE