



PROGRAMA

PROGRAMA SUPERIOR EN COMERCIO
ELECTRÓNICO

Programa Superior

PROGRAMA SUPERIOR EN COMERCIO ELECTRONICO

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.
- › Portfólio 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 buena 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

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, herramienta de chat...

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

- › 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 rutar promociones push a una app nativa.

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.

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

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
- › 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

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.
- › Retargeting para un ecommerce
- › Actores en 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

16. Medios de pago online

- › Los principales problemas de los pagos online.
- › Introducción medios de pago online.

- › 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.
- › Work-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
- › 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



Camino de Valdenigrales, s/n • 28223 Pozuelo de Alarcón

Tel 902 918 912 • Fax 91 351 56 20

www.icemd.com