

SANTO
TOMÁS

EDUCACIÓN
CONTINUA



MODALIDAD
100% ONLINE

CURSO

Código Sence 1238042375

HERRAMIENTAS BÁSICAS DE E-COMMERCE

PARA
CURSOS **EMPRESAS**
EXCLUSIVOS

Santo Tomás Educación Continua

Tiene sus orígenes en el año 2000, creada como una unidad cuya finalidad es proporcionar la capacitación para el trabajo, con altos estándares de calidad técnica y académica para las demandas de personas naturales, instituciones públicas y empresas privadas.

La política de calidad de Santo Tomás Educación Continua tiene como meta ser un referente nacional en la industria de la capacitación satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y otras partes interesadas, entregando servicios de calidad reconocida y estandarizada, mediante el mejoramiento continuo y sistemático de nuestros procesos y el cumplimiento de los requisitos legales y/o otros reglamentarios aplicables al Sistema de Gestión de la Calidad por parte de todo el personal.

Reconocimiento que queda demostrado al trabajar con grandes empresas nacionales prestándoles servicios de capacitación permanente, lo que se suma a una de nuestras principales fortalezas que es la gran cobertura nacional a lo largo de Chile.

Contamos con certificación vigente, para el Sistema de Gestión de la Calidad, a través de SGS, en conformidad con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 y NCh 2728:2015.



Objetivo general

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de reconocer herramientas básicas de e-commerce en contextos laborales.

Dirigido a

El curso está dirigido a colaboradores de la empresa que por la naturaleza de sus funciones deban trabajar con plataformas de e-commerce, tales como encargado de marketing, encargado de marketing digital, encargado de logística, encargado de adquisiciones. El participante debe tener conocimiento básico de los componentes del trabajo en equipo, comprensión lectora y conocimientos básicos de ofimática y uso de internet.

Objetivos específicos

- Identificar los elementos fundamentales del e-commerce.
- Identificar los principales aspectos de imagen y diseño de un e-commerce.
- Identificar distintos canales de marketing que pueden utilizar un e-commerce de acuerdo con cada proyecto.
- Reconocer distintas técnicas y principios de User Experience (UX) aplicables al e-commerce para crear sitios fáciles e intuitivos y minimizar errores.
- Reconocer distintas técnicas y principios de la Conversion Rate Optimization (CRO) aplicables al e-commerce.
- Reconocer los principales aspectos logísticos de un e-commerce.
- Reconocer los distintos canales de atención al cliente que puede utilizar un e-commerce.
- Reconocer los principales aspectos legales de un e-commerce.
- Aplicar métricas y KPIs en la evaluación del desempeño de un e-commerce.

Contenidos

Módulo I. Fundamentos.

1. Definición de e-commerce.
2. Evolución histórica.
3. Cifras del e-commerce.
4. Tipos de e-commerce.
5. Requisitos para lanzar un e-commerce.

Módulo II. Diseño.

1. Definición de identidad digital.
2. Puntos que abarca la identidad digital de un ecommerce. Imagen corporativa.
3. Diseño web/look & feel.
4. Comunicación.
5. Importancia de la identidad digital.
6. Recomendaciones.

Módulo III. Marketing.

1. Introducción.
2. Canales.
3. Online.
4. Owned media.
5. Paid media.
6. Earned media.
7. Offline.
8. Orgánica vs Pagada.
9. Importancia de los canales de marketing.
10. Recomendaciones.
11. Producto.

Módulo IV. UX .

1. Definición.
2. Influencia de la UX en el e-commerce.
3. El diseño persuasivo.
4. Planificación.
5. Estructura.
6. Flujos.
7. Visualización y Experiencia.
8. Conversión.
9. Técnicas.
10. Investigación de mercado y producto digital.
11. Investigación de usuarios.
12. Técnicas.
13. Diseño del producto digital.
14. Implementación.
15. Lanzamiento.
16. Importancia.

Módulo V. CRO.

1. Definición.
2. Recomendaciones.
3. Técnicas y herramientas.
4. Matriz de tipos de usuarios.
5. A/B Testing.
6. Heatmaps.
7. Grabaciones.
8. Herramientas tácticas de optimización.
9. Personalización.
10. Importancia.

Contenidos

Módulo VI. Logística.

1. Definición de logística.
2. Funciones.
3. Aprovisionamiento/Compras.
4. Almacenaje y gestión del stock.
5. Envío, incidencias y devoluciones: logística inversa.
6. Consideraciones a tener en la logística en e-commerce.
7. Recomendaciones.
8. Importancia.

Módulo VII. Atención al cliente.

1. Introducción.
2. Funciones.
3. Vender.
4. Dar confianza.
5. Diferenciación.
6. Resolver dudas.
7. Servicio Postventa.
8. Canales.
9. Teléfono.
10. E-mail.
11. Redes sociales.
12. Otros.
13. Contenidos relacionados.
14. CRM.
15. Recomendaciones.

Módulo VIII. Aspectos legales.

1. Introducción.
2. Normativa vigente.
3. LOPD.
4. RD1720.
5. LSSI.
6. RGPD.
7. Aplicación práctica.
8. Web. 3.2. e-commerce/venta.
9. Sector y productos.
10. Empresa.

Módulo IX. Analítica.

1. Introducción.
2. Ciclo de la analítica.
3. Definición.
4. Implementación.
5. Análisis.
6. Reporting.
7. Actuación.
8. Áreas y KPIs.
9. Negocio.
10. Marketing.
11. Producto.
12. Logística.
13. Herramientas.
14. Analítica de negocio.
15. Analítica digital.
16. Site-Centric.
17. UX/CRO.
18. Recomendaciones.

Metodología

Programa en modalidad e-learning asincrónica en plataforma virtual la cual promueve, a través de contenidos y actividades en línea, el desarrollo autónomo de los procesos de aprendizaje de los participantes.



Horarios.

La modalidad de impartición, permite a los estudiantes maximizar sus tiempos, puesto que dispone de acceso a los recursos de aprendizaje desde la plataforma y con acceso desde cualquier dispositivo móvil con conexión a Internet.



Actividades.

Los participantes exploran e internalizan los contenidos a través de los elementos dispuestos para su aprendizaje en la plataforma Stecdigital, tales como recursos multimedia, foros, pizarra informativa, wiki, sistema de mensajería, tareas, entre otros. Además, cada módulo cuenta con actividades prácticas de aplicación y sus instrucciones.



Material complementario.

Cada módulo cuenta con material descargable en base a normas, leyes o lecturas complementarias.



Evaluaciones.

El curso cuenta con evaluación diagnóstica, evaluaciones formativas y sumativas para asegurar la adquisición de los aprendizajes esperados.



Canales de comunicación.

La plataforma dispone de un foro de consulta moderado por el docente y que da soporte a discusiones y opiniones en línea, permitiendo a los participantes intercambiar ideas respecto a los temas tratados. El docente responde las inquietudes en un plazo no superior a las 48 horas posteriores.

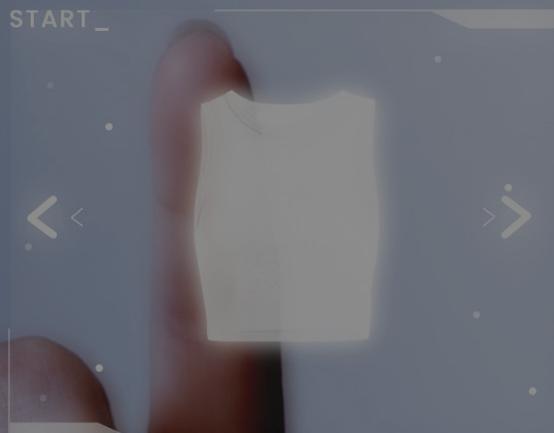


Seguimientos y soporte.

Durante el proceso de aprendizaje, los participantes son siempre acompañados por un docente experto. Además, la plataforma cuenta con un Centro de Ayuda virtual donde los participantes pueden canalizar requerimientos técnicos y administrativos en cualquier momento.



MODALIDAD
100% **ONLINE**



SANTO
TOMÁS[®]

EDUCACIÓN
CONTINUA



PARA
CURSOS **EMPRESAS**
EXCLUSIVOS