

EL ECOMMERCE COMO PRODUCTO DIGITAL

| CÓDIGO | AUTOR | DURACIÓN ESTIMADA | NIVEL DE FORMACIÓN |
|----------|---------------|-------------------|--------------------|
| 10B06C02 | Yago González | 20 h | Medio |

Dirigido a

Profesionales de cualquier sector que estén interesados en ampliar su conocimiento del producto digital en un eCommerce, poniendo especial énfasis en Directivos y Mandos Intermedios, Personal de tecnología y Marketing eCommerce.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá los aspectos importantes del producto digital en un eCommerce, abarcando aspectos como el diseño del eCommerce y los distintos canales de Marketing, así como las técnicas y principios de User Experience (UX) y Conversion Rate Optimization (CRO).

COMPETENCIAS

1. Conocer los principales gestores de contenido (CMS) y plataformas de pago existentes para eCommerce para poder elegir las más adecuadas en cada proyecto.
2. Conocer los principales aspectos de imagen y diseño de un eCommerce para que se ajuste a lo que queremos transmitir.
3. Conocer los distintos canales de marketing que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
4. Conocer distintas técnicas y principios de User Experience (UX) aplicables al eCommerce para crear sitios fáciles e intuitivos y minimizar errores.
5. Conocer distintas técnicas y principios de la Conversion Rate Optimization (CRO) aplicables al eCommerce para crear sitios orientados a conversión.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber indicar las principales plataformas de pago y CMS más apropiadas para un eCommerce.
2. Saber definir el look and feel de un eCommerce.
3. Saber utilizar los distintos canales de Marketing en un eCommerce.
4. Saber aplicar las distintas técnicas de UX para eCommerce.
5. Saber aplicar las distintas técnicas de CRO para eCommerce.

CONTENIDOS

Unidad 1. 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.

EL ECOMMERCE COMO PRODUCTO DIGITAL

- 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 2. El Diseño en un eCommerce.

- 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 3. Marketing para eCommerce.

- 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 4. User Experience (UX) en eCommerce.

- 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.

EL ECOMMERCE COMO PRODUCTO DIGITAL

Unidad 5. Conversion Rate Optimization (CRO) en el eCommerce.

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.