

dixma

CONSULTORES DE FORMACIÓN

**NEGOCIOS ONLINE Y  
COMERCIO ELECTRÓNICO.  
COMT027PO**

---



# NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO. COMT027PO

---

## OBJETIVOS:

- Identificar los aspectos necesarios para la creación, desarrollo y gestión de negocios online: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional, así como dominar los aspectos más operativos y fundamentales de dinamización
- Desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico.
- Definir la mejor estrategia para poner en marcha un negocio online.
- Definir la mejor estrategia para construir adecuadamente una página web enfocada al comercio electrónico.
- Detectar los principales aspectos de la normativa jurídica española que afectan al desempeño del comercio electrónico.
- Definir adecuadamente el modelo de negocio y elegir la forma de financiación más adecuada.
- Saber poner en práctica las principales estrategias de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.
- Poner en práctica nuevas técnicas de marketing online para fidelizar a la clientela y, en consecuencia, aumentar las ventas.
- Saber identificar las principales características del comercio internacional y cómo aprovecharlas a la hora de gestionar un negocio online.
- Adquirir conocimientos sobre las principales características, estrategias y retos de la logística aplicada al comercio electrónico, para trasladarlas a la gestión de un *e-Commerce*.

- Conocer las características de los principales métodos de pago electrónicos y aplicarlos a los negocios online.
- Impulsar un comercio electrónico a través de los *e-Marketplaces*.

## PROGRAMA:

### **Cómo planificar y desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico**

Introducción.

Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias.

Modelos de negocio de comercio electrónico.

DAFO. Comercio electrónico español.

Segmentación de e-consumidor: perfiles, análisis *cluster*, *Google Analytics*, valoración económica y análisis de la demanda.

Estrategias de mercado/producto: desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo.

Factores críticos de éxito en el comercio electrónico.

Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta.

Marketing mix: política de producto, distribución, promoción y precio.

Cuadro de mando integral en negocios online.

Resumen.

### **Puesta en marcha: ¿cómo crear o adaptar un negocio online (I): back-end**

Introducción.

Estructura tecnología: modelo de tres capas.

Diseño del *work-flow* e integración de sistemas.

La importancia de la palabra facturación y cobro.

Servicio de atención al cliente: CRM, *Contact Center*, *marketing* inverso, servicio posventa.

*Tracking*.

Caso real: ya.com.

Resumen.

## **¿Cómo construir una website de éxito en comercio electrónico (II): front-end**

Introducción.

Catálogo y =Contenidos:= verificación, procesado, herramienta de catálogo.

*Usability*, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de *front-end*.

Flujos de caja y financiación.

Zonas calientes. Mapas de calor.

Zona de usuario.

Carrito de la compra.

Resumen.

## **Aspectos jurídicos en el comercio electrónico**

Introducción.

LOPD.

Impuestos indirectos.

LSSI.

Resumen.

## **Financiación de proyectos de comercio electrónico**

Introducción.

Idea de una idea.

Business plan y plan comercial.

Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismos.

Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles?

Puesta en marcha y reporting de resultados.

Venta de contenidos de pago.

Productos digitales: cómo se venden. Técnicas de venta online.

De lo gratuito al pago por visualización.

Descarga, real media, TV internet, *Second Life*, etc. ¿Web 3.0 como solución?

Resumen.

## **Acciones de captación enfocada a comercio electrónico**

Introducción.

Política de captación: ¿solo *branding*?

Acciones de *cross marketing*: aprovechar el offline para catapultar el *online*.

Herramientas más eficaces: email marketing, SEM, SEO, afiliación, campañas en *sites* afines, etc.

Resumen.

### **Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes**

Introducción.

Creación de programas de fidelización eficaces.

Programas de éxito *online*.

Redes de afiliación propias: ¿cómo construirlas?

Redención de puntos, *e-bonus*, dinero, premios, sorteos, etc. ¿Cuál es más eficaz?

Resumen.

### **Cómo realizar comercio electrónico internacional**

Introducción.

Características del cliente por países: ¿dónde vendemos más?

¿Qué vendemos?

Medios de pago internacionales.

Legislación por países: impuestos directos e indirectos aplicables. Nueva normativa europea.

Procesos de reclamación y atención al cliente internacional.

Exportación de productos.

Distribución internacional.

Resumen.

### **Cómo gestionar la logística y *fulfillment* en el comercio electrónico**

Introducción.

Importancia de la logística en el comercio electrónico.

El transporte urgente aplicado al comercio electrónico. Cómo elegir al mejor proveedor de transporte urgente para un *e-Commerce*.

Gestión de los datos.

Gestión con proveedores y sala de producción.

Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa.

Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.

Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.

Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.

La logística aplicada al comercio electrónico.

Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.

Información de seguimiento vía internet.

Resumen.

### **Seguridad en los medios de pago online**

Introducción.

Sistemas de pago no integrados.

Sistemas de pago integrados - pasarela de pagos.

Tarjetas de crédito: banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio.

*3D Secure.*

*Internet Mobile Payment.*

Modelos de negocio de los diferentes actores.

*Work-flow* y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

Resumen.

### **Comercio electrónico en un entorno B2B**

Introducción.

Modelos de negocio de los *e-Marketplaces*.

Agregadores horizontales/verticales.

De catálogos a e-catálogos.

Resumen.