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 interesado 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 Optmization (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.
   - 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. Diseño

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

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. UX

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.

Unidad 5. CRO

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.