

El E-Commerce y sus Herramientas Digitales

Objetivo general

- Transmitirle a los empresarios las herramientas conceptuales y técnicas para desarrollar el comercio electrónico en las Pymes.
- Facilitarles los conocimientos básicos para el manejo de las principales variables del marketing digital.
- Introducir en la práctica diaria criterios de gestión para lograr resultados con el comercio electrónico y el marketing digital.

Metodología

Exposición teórica, ejercicios prácticos y videos ilustrativos e intercambio de experiencias y opiniones sobre los casos vistos en clase.

Destinatarios

Empresarios y directivos. Niveles superiores de dirección. Gerentes y Jefes departamentales y/o divisionales con intenciones de desarrollar u optimizar su canal de ventas online.

Duración

3 encuentros de 3 hs cada uno.
Total: 9 horas.

Contenido

Día 1

Módulo 1: Comercialización y Cultura digital. (1.30hs)

- Introducción a la cultura digital y sus facetas comerciales.
- La nueva economía de internet.
- ¿Qué oportunidades tienen las PyMEs en la Economía Digital?

- ¿Cómo puede mi empresa explotar el comercio electrónico?
- Modelos de negocio en internet y modalidades del comercio electrónico.

Break: 10 minutos

Módulo 2: Hoja de ruta para armar el canal de ventas online. (1.20hs)

- ¿Cómo desarrollar un canal de ventas online?: El ecosistema ideal para que la PyME venda.
- Plataformas de venta disponibles en el mercado ¿Cómo elegir la más conveniente?
- Tipologías y fases para el desarrollo exitoso de una tienda online.
- Funcionalidades habituales de una tienda online.

Día 2

Módulo 3: Publicidad por internet para generar tráfico a tu tienda online (1.30hs)

- ¿Cómo promocionar la tienda online?: Pasos a seguir para armar una campaña digital.
- ¿Cómo funciona Google?: La publicidad paga vía Google Ads.
- Preparandonos para que los consumidores nos encuentren en Google (Estrategia y táctica Search Engine Optimization - SEO)

Break: 10 minutos

Módulo 4: Redes sociales y marketing multicanal. (1.20hs)

- Como aprovechar al máximo las redes sociales para vender más: Facebook, Instagram, Youtube y LinkedIn.
- ¿Cuáles son las redes sociales que más le convienen a mi empresa?
- Claves para la gestión exitosa de las redes sociales.

Día 3

Módulo 5: Cobrar y enviar (1.30hs)

- ¿Cómo funciona el cobro y la logística en el comercio electrónico?
- ¿Qué es el fulfillment? Almacenaje, pedido online, picking (preparación de pedidos), packing (empaquete y embalaje), entrega.
- ¿Cómo elegir el modelo logístico que más conviene a mi empresa?
- Ventajas y desventajas de las opciones logísticas.
- Principales aspectos legales a tener en cuenta en el comercio electrónico.

Break: 10 minutos

- ¿Qué es un tablero de control (Dashboard) y por qué es tan importante?
- Principales métricas a tomar en cuenta.
- ¿Qué es y para qué sirve un embudo o funnel de conversión? Como evitar los errores más comunes en comercio electrónico.

Docente:

Mg. Christian Javier Klyver: Lic. Cs de la Comunicación UBA.