

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

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.

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. 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. 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

