

FUNDAMENTOS DEL E-COMMERCE

Construye los pilares de tu estrategia de comercio electrónico.

DESCRIPCIÓN

Hoy, el eCommerce permite generar distintas relaciones entre la marca y los clientes. Inmersos en un contexto que ha permitido la consolidación de un sistema de comunicación digital y de innovación constante, se vuelve imperativo comprender profundamente qué significa desarrollar una estrategia de eCommerce. ¿Es solamente implementar un canal de comunicación digital en un catálogo online? ¿Es estar en permanente interacción digital con nuestras audiencias? Es bastante más que eso; se deben identificar las necesidades que tienen nuestros clientes, trabajar nuestra visión de marca para estar presentes en su corazón y mente y, desde ahí, construir una estrategia de comercio electrónico. El eCommerce es una herramienta clave para generar mayores ventas en las empresas, pero también para crear nuevas dinámicas que buscan trascender con nuestros bienes y servicios. Por ello, este curso se centra en abordar los elementos más importantes de una estrategia de eCommerce, que son explorar una visión de marca que ponga al cliente en el centro; definir una experiencia de usuario exitosa; incorporar una logística adecuada para nuestra estrategia y distinguir factores de cambio, como la minería de datos o las distintas formas de pago que pueden utilizar los consumidores.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El curso está dirigido a todas aquellas personas cuya motivación sea comprender los factores más relevantes de una estrategia de comercio electrónico para trascender con sus productos o servicios. Así también para reconocer las tendencias del eCommerce y diversas experiencias que les servirán para trabajar en un contexto en permanente cambio.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

El curso tiene por objetivo desarrollar los conceptos, herramientas y estrategias relacionadas al eCommerce, desde la comprensión de una visión Customer Centric para el desarrollo de una estrategia de marca, hasta la gestión logística para un canal digital de un bien y/o servicio. La cantidad de procesos y acciones en este desarrollo, tanto de empresas como consumidores, es variada y compleja en algunos casos, por lo que entender las posibilidades es clave para tener éxito en el contexto actual.

CONTENIDOS DEL CURSO

Unidad 1 : Introducción: un nuevo contexto para el eCommerce

Unidad 2 : Cliente omnicanal: la importancia de una gestión sin fisuras

Unidad 3: Diseñando una User Experience exitosa

Unidad 4 : La importancia de la logística para el eCommerce

Unidad 5: Data Mining: procesamiento de datos para entender al cliente

Unidad 6: Las bases regulatorias y legales para el eCommerce

Unidad 7: Métodos de pago: monetización del eCommerce

Unidad 8: ¿Hacia dónde se dirige el eCommerce?

CUERPO DOCENTE



Bracey Wilson

Ingeniero Comercial, PUC. Magister en Dirección de Marketing, UAI. Director Académico programas de Diploma y profesor full time de la Universidad Adolfo Ibáñez. Trabajó por cinco años como Director Comercial para Latinoamérica de Yves Saint Laurent, para luego estar diez años en Revlon como Director de Marketing para Latinoamérica, llegando a a ser Director de Marketing Global. Es fundador de la consultora de branding Divan Chile, desarrollando marcas para WOM, L'Oreal, Yves Saint Laurent, Kerastase, Carolina Herrera, Parque Arauco, entre varias otras.