



# Principales Aspectos Numéricos de un eCommerce

**Sku:** PH10B06C04

**Horas:** 20

## OBJETIVOS

1. Saber estimar todos los aspectos económicos de un eCommerce previos y posteriores al lanzamiento. 2. Saber indicar las principales plataformas de pago y CMS más apropiadas para un eCommerce. 3. Saber utilizar los distintos canales de Marketing en un eCommerce. 4. Saber cómo afrontar los distintos aspectos logísticos de un eCommerce. 5. Saber medir los KPIs principales de un eCommerce.

## CONTENIDOS

**Unidad 1. El plan de negocio.** 1. ¿Qué es un plan de negocio? Definición. 2. Modelo tradicional. 3. Lean Canvas. **Unidad 2. CMS y plataformas de pago** 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 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. La logística en el eCommerce.** 1. Definición de logística. 2. Funciones. 2.1. Aprovisionamiento/Compras. 2.2. Almacenaje y Gestión del stock. 2.3. Envío. 2.4. Incidencias y devoluciones: logística inversa. 3. Consideraciones a tener en la logística en eCommerce. 4. Recomendaciones. 5. Importancia **Unidad 5. La analítica en un eCommerce.** 1. Introducción. 2. Ciclo de la Analítica. 2.1. Definición. 2.2. Implementación. 2.3. Análisis. 2.4. Reporting. 2.5. Actuación. 3. Áreas y KPIs. 3.1. Negocio. 3.2. Marketing. 3.3. Producto. 3.4. Logística. 4. Herramientas 4.1. Analítica de negocio. 4.2. Analítica digital. 4.2.1 Site-Centric. 4.2.2. UX/CRO. 5. Recomendaciones.