



# Curso Online de Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

*Conocimientos y herramientas prácticas para el desarrollo de la  
venta on-line de productos de ferretería y bricolaje.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

# Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

## Presentación

El comercio electrónico e Internet dan a la empresa y al emprendedor un espacio lleno de oportunidades de negocio que puede ser una excelente oportunidad para aumentar las ventas o crear nuevos espacios comerciales de una manera relativamente sencilla y a nivel internacional.

El sector de la ferretería y bricolaje es un área imprescindible en las necesidades de consumo de la mayoría de los usuarios; es un sector muy dinámico y su abanico de clientes es uno de los más amplios del mercado, por lo que crear un e-commerce de ferretería y bricolaje puede ser una muy buena opción.

Pero antes de embarcarnos en una aventura online debemos conocer el sector y al cliente online, identificar los patrones de compra y diseñar una estrategia de gestión del e-commerce que nos permita sobrevivir a la competencia, a las exigencias del cliente y a los grandes distribuidores. Coordinar marketing, logística y ventas es una prioridad que este curso trata de solucionar mediante estrategias y soluciones eficaces, prácticas y comprobadas.

No fallar al cliente se convierte en una necesidad que conduce a la mejora de todas las operaciones que veremos en este curso y a la planificación y comercialización de sus productos enfocados en el cliente, los costes y el desarrollo escalable del negocio.

## La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

**1** La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

**2** *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

**3** *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

**4** *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

## Objetivos del curso:

---

- Crear, escalar y mantener un e-commerce de ferretería y bricolaje a nivel organizativo, de operaciones y de marketing.
- Entender y analizar el comportamiento del consumidor online y trazar estrategias para llegar a él.
- Pasos a seguir en el diseño de una tienda on-line de ferretería y bricolaje.
- Qué recursos web serán necesarios para la creación de una tienda online en el sector de la ferretería y el bricolaje.
- Tecnología o soporte tecnológico que nos encontramos en todas las fases de creación y gestión de nuestra tienda online.
- Diseñar estrategias de logística y marketing que mejoren el servicio al cliente en el sector de la ferretería y bricolaje.
- Enfocar los procesos logísticos y de distribución con el enfoque al cliente.
- Proporcionar los conocimientos necesarios para estructurar y gestionar un negocio online de ferretería y bricolaje.

“ Aproveche las excelentes perspectivas de la venta on-line de productos de ferretería y bricolaje y domine su gestión a través del e-commerce ”

## Dirigido a:

---

Fabricantes, Distribuidores y Comerciantes de ferretería y bricolaje que quieran ampliar las posibilidades de su negocio a través del e-commerce, así como a todos aquellos emprendedores que quieran crear su tienda on-line dentro del sector.

# Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Introducción y conocimiento del sector del e-commerce

10 horas

La venta online de productos es ya un sólido sistema de negocio y que en los próximos años sustituirá a la venta física en muchos sectores y productos. En este contexto, es razonable que las empresas y emprendedores vean la oportunidad de negocio y se lancen a vender sus productos y/o servicios a nivel online. Además, los consumidores son cada vez más partidarios de comprar así los productos y, en este sentido, están demandando soluciones que les aporten valor añadido y confianza.

#### 1.1. Introducción:

##### 1.1.1. Visión del curso:

##### 1.1.1.1. Estructura del curso.

##### 1.1.1.2. Visión del alumno.

##### 1.1.2. Visión de la empresa.

#### 1.2. Tendencias del e-commerce:

##### 1.2.1. Tendencias a nivel general.

##### 1.2.2. Tendencias a nivel consumidor.

##### 1.2.3. Tendencias del e-commerce y la venta online:

##### 1.2.3.1. La macroeconomía y la tecnología.

##### 1.2.3.2. Los próximos retos para el e-commerce.

#### 1.3. La logística en el e-commerce:

##### 1.3.1. Introducción a la cadena de suministro:

##### 1.3.2. Cadena de suministro y logística en ferretería y bricolaje.

##### 1.3.3. Cadena de suministro convencional vs cadena s. e-commerce:

##### 1.3.3.1. Diferencias operativas en el e-commerce.

##### 1.3.4. La cadena de valor de la empresa.

##### 1.3.5. La estructura operativa de la e.logística:

##### 1.3.5.1. La base de la e.logística.

##### 1.3.5.2. La subcontratación de servicios (outsourcing).

##### 1.3.5.3. Los retos del outsourcing.

#### 1.4. Modelos actuales de negocio e-commerce.

#### 1.5. Conclusiones.

## MÓDULO 2. El e-commerce y la tienda de ferretería y bricolaje online

8 horas

Crear una tienda online (máximo exponente del e-commerce) no es tarea fácil, es una inversión considerable por lo que hay que seguir unos determinados pasos para dar forma a la idea y poder tener unas mínimas garantías de éxito.

### 2.1. Cómo se crea una tienda online:

- 2.1.1. Qué es y qué no es un e-commerce o tienda online.
- 2.1.2. Lo que debes saber antes de crear una tienda online.

### 2.2. Pasos a seguir para dar forma a tu negocio:

- 2.2.1. Dónde reside el éxito de un e-commerce.
- 2.2.2. Indicaciones finales.
- 2.2.3. Modelos de diseño de negocio convencional vs modelos Lean:
  - 2.2.3.1. Modelos de diseño convencional.
  - 2.2.3.2. Modelos de diseño Lean.
  - 2.2.3.3. Comparativa y enfoque de ambos modelos.

### 2.3. Modelos de negocio y estrategias de venta en el sector:

- 2.3.1. Los objetivos y las metas.
- 2.3.2. Crear el modelo de negocio.
- 2.3.3. Analizar si es factible tu idea.

### 2.4. Los nuevos sistemas de comercio.

## MÓDULO 3. Regulación administrativa de la venta online

4 horas

Ofrecer un producto o servicio a través de la red mediante una web, tenga la forma que tenga, tiene unos requisitos que debemos conocer, tanto a nivel legal como de comunicación y manejo de datos.

- 3.1. Consideraciones previas.
- 3.2. Cómo se regula el e-commerce.
- 3.3. Qué normativa afecta al e-commerce.
- 3.4. LSSI aplicada.
- 3.5. LOPD:
  - 3.5.1. Nuevo Reglamento RGPD:
    - 3.5.1.1. Adaptación a la nueva Ley.

3.5.1.2. Qué derechos tienen los usuarios sobre sus datos.

### **3.6. Comunicaciones comerciales legales:**

3.6.1. Qué dice la Ley LSSI.

3.6.2. Qué dice la Ley.

### **3.7. El contrato electrónico:**

3.7.1. Qué es un contrato electrónico.

3.7.2. Qué contiene un contrato electrónico.

3.7.3. Cuándo se considera celebrado el contrato.

3.7.4. Qué legislación es aplicable.

## **MÓDULO 4. La base tecnológica del e-commerce**

**8** horas

El e-commerce y la tienda online son, por excelencia, los ejemplos del uso de la tecnología para construir proyectos y ofrecer alternativas comerciales al público. A lo largo de este módulo veremos cómo diseñar el soporte tecnológico de nuestro e-commerce: web, dominio, seguridad, posicionamiento, marketing y redes sociales.

### **4.1. La base tecnológica en el e-commerce:**

4.1.1. Soporte web y tecnología:

4.1.1.1. Qué le vamos a pedir a la tecnología.

4.1.1.2. Qué elementos tendrá la plataforma online.

4.1.2. Página web y dominio:

4.1.2.1. El dominio y Hosting.

4.1.2.2. Cómo determinar un nombre de dominio.

4.1.2.3. La web o tienda online.

4.1.2.4. Fases del diseño web.

4.1.3. Seguridad en la web:

4.1.3.1. Métodos de pago.

4.1.3.2. Nuevas tendencias en medios de pago.

### **4.2. Entorno de Internet y posicionamiento en el sector:**

4.2.1. Posicionamiento y buscadores:

4.2.1.1. Acciones de posicionamiento.

4.2.2. Marketing:

4.2.2.1. Marketing digital.

4.2.2.2. La segmentación.

4.2.2.3. Adquisición del cliente.

4.2.3. Redes Sociales:

4.2.3.1. Las Redes Sociales.

- 4.2.3.2. Las RRSS y la empresa.
- 4.2.3.3. Ventajas e inconvenientes del uso de RRSS en empresas.
- 4.2.3.4. Las comunidades.
- 4.2.3.5. Los foros.
- 4.2.3.6. Los blogs.

## MÓDULO 5. Caso de éxito: Amazon

2 horas

### 5.1. Caso de éxito: Amazon

- 5.1.1. El inicio y la idea.
- 5.1.2. La expansión.
- 5.1.3. La red de Amazon.

### 5.2. Amazon no solo vende cosas, eso es solo la punta del iceberg:

- 5.2.1. La primera potencia en I+D, toma nota!
- 5.2.2. La innovación en términos de servicio al cliente.

### 5.3. Además de vender, a qué otras cosas se dedica Amazon:

- 5.3.1. Patentes increíbles de Amazon.
- 5.3.2. Y ahora qué.

## MÓDULO 6. Marketing, ventas y logística

6 horas

El marketing logístico es el conjunto de acciones enfocadas en ofrecer al cliente unas alternativas que le ayuden a tomar la decisión de compra de un producto en función de las condiciones de entrega, devolución o servicio.

En el e-commerce, una de las principales razones de abandono de la cesta de compra son las condiciones de envío y devolución, de ahí su importancia.

### 6.1. El marketing logístico:

- 6.1.1. Cómo te ayuda la logística a vender más.
- 6.1.2. Cómo crear un punto de partida y estrategia logística.
- 6.1.3. Cómo definir la estrategia logística, punto por punto.
- 6.1.4. La zona de confluencia.
- 6.1.5. Las zonas de confluencia.
- 6.1.6. Conclusiones.

### 6.2. Cómo se establece un plan de marketing logístico:

- 6.2.1. Los objetivos de la empresa.

- 6.2.2. Las estrategias de MKTL:
  - 6.2.2.1. Gastos de envío.
  - 6.2.2.2. Cambios y devoluciones.
- 6.2.3. La segmentación de las operaciones.

## MÓDULO 7. Gestión logística del e-commerce en el ámbito de la ferretería y bricolaje

12 horas

Desarrollar una cadena logística en el e-commerce es un elemento diferenciador que, junto con otras ventajas, permite a la vez dar un buen servicio con unos costes optimizados. Es importante desarrollar una estrategia logística sostenible y orientada al cliente que nos permita afrontar el reto del e-commerce, la gestión de las mercancías que vendemos, su distribución y almacenaje, la demanda y ventas.

### 7.1. Gestión y enfoques para una empresa actual:

- 7.1.1. Cómo tener la ventaja competitiva:
  - 7.1.1.1. La cadena de valor y la ventaja.
  - 7.1.1.2. Ventajas clave.

### 7.2. Gestión y enfoque de la logística:

- 7.2.1. La estrategia de los grandes Players: efulfilment.
- 7.2.2. Estrategias de aprovisionamiento:
  - 7.2.2.1. La oferta y la demanda.
  - 7.2.2.2. Estrategias de gestión de la oferta y la demanda.
  - 7.2.2.3. Fabricación.
  - 7.2.2.4. Importación / compra.

### 7.3. e.Warehousing: gestión del almacén e-commerce

- 7.3.1. Desde el punto de vista logístico.
- 7.3.2. Integración mínima de un software de gestión.
- 7.3.3. Fijando unas bases de organización:
  - 7.3.3.1. Las tres variables del e-commerce.

### 7.4. La gestión:

- 7.4.1. Recepción y tratamiento de las mercancías.
- 7.4.2. Sistemas específicos de almacenaje para ferreterías y afines.
- 7.4.3. El stock.
- 7.4.4. Cómo podemos mejorar la gestión:
  - 7.4.4.1. Sistema gestión ABC/80-20 y ubicaciones.
  - 7.4.4.2. EOQ – Cantidad Económica de Pedido.
  - 7.4.4.3. Ciclo de vida del producto.

## 7.4.5. Picking o preparación de pedidos:

7.4.5.1. Una historia sobre picking.

7.4.5.2. Cómo planificar la gestión del picking.

7.4.5.3. Las 4 columnas del picking perfecto.

7.4.5.4. Los errores en el picking.

7.4.6. El packaging.

7.4.7. Cross Docking:

7.4.7.1. Planificando Cross Docking.

7.4.7.2. Cuál sería el porcentaje ideal sobre el total de movimientos.

7.4.7.3. Las condiciones ideales para hacer Cross Docking.

## 7.5. Envío de los pedidos y outsourcing:

7.5.1. El operador logístico.

7.5.2. El proceso de selección.

## 7.6. Indicadores de gestión.

## 7.7. Conclusiones.

## MÓDULO 8. Desarrollo y mantenimiento de un e-commerce de ferretería y bricolaje

8 horas

Una vez tenemos en marcha la maquinaria y estamos en el mercado tenemos que mantenernos. El desarrollo de un negocio no solo depende de obtener ingresos; es más importante trabajar para mantener a los clientes. Si solo nos centramos en vender y descuidamos al comprador nos podemos encontrar con que nos han pasado por encima y sin enterarnos.

### 8.1. Mantener un e-commerce.

#### 8.2. Servicios postventa:

8.2.1. Cómo podemos enfocar el servicio postventa.

8.2.2. Qué es necesario aplicar para resolver una incidencia.

8.2.3. Servicios complementarios.

8.2.4. Garantías y servicio al cliente.

8.2.5. BI – Business Intelligence y Big Data.

8.2.6. La IA en la atención al cliente.

8.2.7. Qué buscamos en un software de IA.

8.2.8. Encuestas y opiniones.

8.2.9. Reputación de la empresa.

#### 8.3. Desarrollo de negocio:

8.3.1. Desarrollo interno del negocio:

## Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

- 8.3.1.1. A nivel logístico.
- 8.3.1.2. A nivel de diseño y fabricación.
- 8.3.1.3. A nivel de tecnología.
- 8.3.2. Desarrollo del cliente:
  - 8.3.2.1. Marketing.
  - 8.3.2.2. Evolución del consumidor.
  - 8.3.2.3. Diseño y fabricación.
- 8.3.3. Desarrollo público de la empresa:
  - 8.3.3.1. Imagen corporativa y exposición pública.
  - 8.3.3.2. Cómo desarrollamos nuestra empresa a través de la comunicación.
  - 8.3.3.3. Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- 8.3.4. Mejora continua y desarrollo enfocados en el sector:
  - 8.3.4.1. La competencia.
  - 8.3.4.2. La macro y microeconomía.
  - 8.3.4.3. Coolhunting.
- 8.4. Vigilancia del sector y la competencia:**
  - 8.4.1. Vigila la evolución de tu sector.
  - 8.4.2. Vigila a la competencia.
  - 8.4.3. Haz seguimiento de los precios.
- 8.5. Conclusiones.**

### Ejercicio Final

2 horas

Este ejercicio final nos da la oportunidad de poner a prueba nuestra idea. Consiste en diseñar nuestro e-commerce desde el inicio y pasando por todas las etapas vistas a lo largo del curso.

# Creación y Gestión de un e-commerce en ferretería y bricolaje

## Autor



### José Carlos Gisbert

Máster en Logística Integral y Dirección de Digitalización cuenta con más de 20 años de experiencia en gestión logística, almacenes, transporte y e-commerce. Director de FPL Logística y Partner de Amazon en Carrier Choice.

Consultor y formador en el ámbito de la logística y el e-commerce dentro del sector.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

