



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

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



**[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

## Presentación

El e-commerce se ha convertido en un lucrativo modelo de negocio que es adoptado tanto por empresas convencionales como por emprendedores con el objeto de aprovechar el enorme potencial de venta que supone poder llegar a millones de usuarios en todo el mundo.

El sector de la moda y complementos es un sector muy adecuado para el comercio electrónico por su popularidad y por su demanda entre el consumidor de todas las edades y características. Pero también es un sector muy competitivo, uno de los que más, con grandes players que llevan online muchos años.

Esto hace que sea imprescindible diseñar, implantar u optimizar la gestión de este tipo de e-commerce; desde la logística como base, este curso ayuda a construir una base sólida y fiable de gestión del negocio basado en el enfoque al cliente, la logística y la organización competitiva.

En un sector tan competitivo como es el de la moda, el cliente no perdona los fallos y es muy infiel, fidelizarlo es una cuestión de supervivencia para cualquier e-commerce, el marketing, SEO y las redes sociales no bastan. La organización y gestión profesional de las operaciones y logística marcan la diferencia y permiten que el cliente vuelva a nuestra tienda.

## La Educación On-line

Con más de 25 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

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

**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 este curso.

**4** *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

## Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Aula Virtual



Tutor personal



Flexibilidad de horarios



Pruebas de Autoevaluación

## Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **80 horas** distribuidas en 8 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

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

### Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

## Creación y Gestión de un e-commerce en moda

### Este curso le permitirá saber y conocer:

---

- Cómo crear, escalar y mantener un e-commerce en el sector de la moda a nivel organizativo, de operaciones y de marketing.
- Cómo crear una base sólida sobre la que construir un proyecto de e-commerce con unos pilares que permitan sostener el negocio y hacerlo escalable.
- Cómo entender y analizar el comportamiento del consumidor online y trazar estrategias para llegar a él.
- Qué pasos debemos seguir en el diseño de una tienda on-line de artículos de moda.
- El nuevo paradigma global para innovar en los procesos de la empresa, enfocados en el e-commerce y los cambios que este modelo requiere de la empresa y sus procesos.
- Qué tecnología o soporte tecnológico nos encontramos en las diferentes etapas del diseño de nuestra tienda de moda online.
- Cómo diseñar estrategias de logística y marketing que mejoren el servicio al cliente en el sector de la moda.
- Cómo dotar a la empresa de las herramientas organizativas que le permitan hacer frente con éxito a las exigencias del e-commerce.
- Cómo enfocar los procesos logísticos y de distribución con el enfoque al cliente.
- Qué conocimientos son necesarios para estructurar y gestionar un negocio online en el sector de la moda.

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

### Dirigido a:

---

Fabricantes, Distribuidores y Comerciantes del sector moda 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.



## Contenido del Curso

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

14 horas

Las cifras que se manejan en la actualidad a nivel internacional reafirman la idea de que 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. Este primer módulo del curso analiza las tendencias que afectan al e-commerce, marcadas sobre todo por la adaptación del consumidor a los nuevos modelos de negocio.

#### 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:

###### 1.3.1.1. Cadena de suministro y logística en la moda.

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

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

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

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

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

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

###### 1.3.4.3. Los retos del outsourcing.

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

#### 1.5. Conclusiones.

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

10 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 antes de crear una tienda online debes saber.

### 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 moda:

- 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

6 horas

Ofrecer un producto o servicio a través de la red mediante una web, tenga la forma que tenga, tiene unos requisitos legales que debes conocer. Este módulo expone de manera introductoria cómo se regula el e-commerce en materia de consumo y protección 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. El e-commerce y la tienda de moda online: la base tecnológica

12 horas

Diseñar y construir una tienda online con la tecnología apropiada será decisivo a la hora de tener éxito. El objetivo es tener una web orientada al cliente y hacer un uso de los medios sociales que garanticen el éxito tanto de la web como de la idea.

### 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 moda:

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

8 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 sector moda

14 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.

En este módulo desarrollaremos 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
- 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. El stock.
- 7.4.3. Cómo podemos mejorar la gestión:
  - 7.4.3.1. Sistema gestión ABC/80-20 y ubicaciones.
  - 7.4.3.2. EOQ – Cantidad Económica de Pedido.
  - 7.4.3.3. Ciclo de vida del producto.
- 7.4.4. Picking o preparación de pedidos:
  - 7.4.4.1. Una historia sobre picking.
  - 7.4.4.2. Cómo planificar la gestión del picking.

- 7.4.4.3. Las 4 columnas del picking perfecto.
- 7.4.4.4. Los errores en el picking.
- 7.4.5. El packaging.
- 7.4.6. Cross Docking:
  - 7.4.6.1. Planificando Cross Docking.
  - 7.4.6.2. Cuál sería el porcentaje ideal sobre el total de movimientos.
  - 7.4.6.3. 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 moda

12 horas

Una vez tenemos en marcha la maquinaria y estamos en el mercado tenemos que mantenernos. A lo largo de este último módulo del curso veremos una serie de recomendaciones para montar una estrategia de crecimiento teniendo en cuenta los factores más importantes a tener en cuenta.

- 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:
    - 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. 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 en cada uno de los módulos del curso.

# Creación y Gestión de un e-commerce en moda

## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



**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.

El autor y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

## Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **CREACIÓN Y GESTIÓN DE UN E-COMMERCE EN MODA**.

