



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
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 Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

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 moda

Objetivos del curso:

- Crear, escalar y mantener un e-commerce en el sector de la moda a nivel organizativo, de operaciones y de marketing.
- Crear una base sólida sobre la que construir un proyecto de e-commerce con unos pilares que permitan sostener el negocio y hacerlo escalable.
- 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 artículos de moda.
- Conocer 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.
- Tecnología o soporte tecnológico que nos encontramos en las diferentes etapas del diseño de nuestra tienda de moda online.
- Diseñar estrategias de logística y marketing que mejoren el servicio al cliente en el sector de la moda.
- Dotar a la empresa de las herramientas organizativas que le permitan hacer frente con éxito a las exigencias del e-commerce.
- Enfocar los procesos logísticos y de distribución con el enfoque al cliente.
- Proporcionar los conocimientos 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.

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 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:

1.3.1.1. 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

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 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

4 horas

Ofrecer un producto o servicio a través de la red mediante una web, tenga la forma que tenga, tiene unos requisitos legales que debemos conocer. A nivel legal y a nivel 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. El e-commerce y la tienda de moda online: la base tecnológica

8 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

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 sector moda

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
- 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

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:
 - 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:

Creación y Gestión de un e-commerce en moda

- 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 a lo largo del curso.

Creación y Gestión de un e-commerce en moda

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.

