



Curso Online de Creación y Gestión de un e-commerce en farmacias y parafarmacias

Conocimientos y herramientas prácticas para el desarrollo de la venta on-line de productos de farmacia y parafarmacia.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

El e-commerce se ha convertido en una fuente de ingresos extraordinaria tanto para empresas consolidadas como para emprendedores. Sectores como el de farmacias y parafarmacias no son ajenos a este modelo de negocio que ofrece a las empresas una posibilidad de ampliar su mercado más allá de lo que nunca hubieran conseguido por otros medios.

Es una oportunidad de negocio pero también es un reto muy serio.

Las especiales características del sector farmacéutico en cuanto a distribución y manipulación de sus productos hace que la planificación de un e-commerce en el sector tenga unas connotaciones especiales que veremos enfocadas en este curso.

Cada día son más las empresas del sector que se suben al tren del comercio electrónico creando sus tiendas online y esto solo significa una cosa: competencia.

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.

Coordinar marketing, logística y ventas es una prioridad que este curso trata de solucionar mediante estrategias y soluciones eficaces, prácticas y comprobadas.

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.

Objetivos del curso:

- Crear, escalar y mantener un e-commerce de farmacia y parafarmacia 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 farmacia y parafarmacia.
- Conocer la normativa aplicable a la venta online de productos farmacéuticos.
- Recursos web necesarios para la creación de una tienda online de farmacias y parafarmacias.
- Tecnología o soporte tecnológico que nos encontramos en todas las fases de creación y gestión de nuestra tienda online.
- Cuáles son los principales objetivos por los que debe guiarse el marketing farmacéutico adaptado al 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 de farmacia y parafarmacia.

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

Dirigido a:

Fabricantes, Distribuidores y Comerciantes de farmacia y parafarmacia 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 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 farmacia y parafarmacia 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 del e-commerce y la venta online de productos farmacéuticos

4 horas

Ofrecer un producto o servicio a través de la red mediante una web, tenga la forma que tenga, tiene unos requisitos que hay que 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. Qué normativa es aplicable a la venta online de productos farmacéuticos.
- 3.5. LSSI aplicada.

3.6. LOPD:

3.6.1. Nuevo Reglamento RGPD:

3.6.1.1. Adaptación a la nueva Ley.

3.6.1.2. Qué derechos tienen los usuarios sobre sus datos.

3.7. Comunicaciones comerciales legales:

3.7.1. Qué dice la Ley LSSI.

3.7.2. Qué dice la Ley.

3.8. El contrato electrónico:

3.8.1. Qué es un contrato electrónico.

3.8.2. Qué contiene un contrato electrónico.

3.8.3. Cuándo se considera celebrado el contrato.

3.8.4. 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 farmacia y parafarmacia:

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 sector farmacéutico es un sector muy delicado en términos de marketing y publicidad, estamos hablando de salud y la respuesta que debe dar el sector es una respuesta responsable y coherente que esté por encima de los intereses comerciales.

La logística en este sector cobra una mayor relevancia dado que el cliente espera obtener un servicio eficaz y rápido ya que se trata de su salud y su bienestar. De ahí la importancia de un buen marketing logístico.

6.1. El marketing en el sector farmacia.

6.2. El marketing logístico:

- 6.2.1. Cómo te ayuda la logística a vender más.
- 6.2.2. Cómo crear un punto de partida y estrategia logística.
- 6.2.3. Cómo definir la estrategia logística, punto por punto.

- 6.2.4. La zona de confluencia.
- 6.2.5. Las zonas de confluencia.
- 6.2.6. Conclusiones.

6.3. Cómo se establece un plan de marketing logístico:

- 6.3.1. Los objetivos de la empresa.
- 6.3.2. Las estrategias de MKTL:
 - 6.3.2.1. Gastos de envío.
 - 6.3.2.2. Cambios y devoluciones.
- 6.3.3. La segmentación de las operaciones.

MÓDULO 7. Gestión logística del e-commerce en el ámbito de la farmacia y parafarmacia

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 automatizados de almacenaje específicos sector farmacia.

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 farmacia y parafarmacia

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:

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.

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.

