CURSO · MARKETING Y VENTAS

E-commerce y Gestión de Tiendas Online: Ventas, Pagos y Logística

MODALIDAD	DURACIÓN	DISTRIBUCIÓN REFERENCIAL
E-learning + tutor en vivo	**24 horas cronológicas**	**75 % teoría · 25 % práctica**

DESCRIPCIÓN

Diseña y gestiona una tienda online: catálogo, experiencia de compra, pagos, inventario, despacho, marketing, métricas y servicio al cliente.

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de diseñar y gestionar una tienda online comercialmente viable, integrando propuesta de valor, catálogo, experiencia de compra, pagos, inventario, logística, marketing, servicio al cliente y medición de resultados.

DIRIGIDO A

Emprendedores, dueños de pymes, vendedores y encargados de marketing, operaciones, inventario, logística y servicio al cliente que deseen iniciar o mejorar una tienda online. No se requieren conocimientos de programación.

APRENDIZAJES ESPERADOS

- Seleccionar un modelo y canal de comercio electrónico adecuado
- Diseñar la estructura del catálogo y fichas de producto persuasivas
- Organizar pagos, condiciones de venta, inventario, despacho y devoluciones
- Planificar la adquisición, conversión y fidelización de clientes
- Interpretar métricas de tráfico, ventas, margen y operación para un plan de implementación

CONTENIDOS

Módulo 1: Modelo de negocio y estrategia digital

- E-commerce B2C, B2B, D2C y modelos mixtos
- Tienda propia, marketplace, redes sociales y omnicanalidad
- Segmento de cliente, problema y propuesta de valor
- Competencia, diferenciación y posicionamiento
- Fuentes de ingreso, costos y margen
- Indicadores de viabilidad inicial
- Objetivos SMART y hoja de ruta
- Actividad: lienzo resumido del negocio electrónico

Módulo 2: Plataforma, dominio y estructura de la tienda

- Criterios para elegir plataforma: costo, control, soporte e integración
- Tiendas alojadas, gestores de contenido y marketplaces
- Dominio, correo comercial y aspectos básicos de confianza
- Arquitectura de categorías y navegación
- Buscador, filtros y menú
- Páginas esenciales: inicio, contacto, preguntas y políticas
- Diseño adaptable a móviles y accesibilidad básica
- Taller: mapa de navegación y estructura mínima

Módulo 3: Catálogo y fichas de producto

- SKU, variantes, atributos y categorías
- Nombre de producto orientado a búsqueda
- Descripción basada en beneficios, características y uso
- Fotografías, video y consistencia visual
- Precio, impuestos, descuentos y comparación responsable
- Stock disponible y mensajes de disponibilidad
- Productos relacionados, ventas adicionales y paquetes
- SEO básico: palabras clave, títulos y metadescripciones
- Carga masiva y control de calidad del catálogo
- Ejercicio: creación y auditoría de una ficha completa

Módulo 4: Experiencia de compra, pagos y confianza

- Recorrido del cliente hasta la compra
- Carrito, registro, compra como invitado y reducción de fricción
- Formularios, costos visibles y confirmación del pedido
- Medios de pago, pasarelas y conciliación básica
- Seguridad operativa, contraseñas y prevención de fraude
- Conexión segura del sitio (HTTPS) y tratamiento responsable de datos
- Condiciones de venta, cambios, devoluciones y garantías
- Recuperación de carritos abandonados
- Caso práctico: diagnóstico de un proceso de checkout

Módulo 5: Inventario, preparación y logística

- Sincronización entre stock físico y publicado
- Punto de reposición y stock de seguridad
- Flujo del pedido: validación, picking, packing y despacho
- Embalaje, rotulado y control de calidad
- Última milla y retiro en tienda
- Tarifas, zonas, plazos y seguimiento
- Entrega fallida, daño, pérdida y reclamos
- Logística inversa y devoluciones
- Indicadores de exactitud, preparación y entrega a tiempo
- Taller: flujo operativo de un pedido

Módulo 6: Marketing, conversión y fidelización

- Embudo de adquisición, conversión y recompra
- Contenido orgánico y redes sociales
- Publicidad digital: audiencia, campaña y presupuesto
- Email y mensajería con consentimiento
- Promociones, cupones y rentabilidad
- Prueba social, reseñas y reputación
- Atención antes, durante y después de la compra
- Automatizaciones básicas de confirmación y seguimiento
- Actividad: calendario comercial y campaña de lanzamiento

Módulo 7: Métricas, finanzas y plan de implementación

- Sesiones, fuentes de tráfico y comportamiento
- Tasa de conversión, ticket promedio y abandono
- Costo de adquisición, retorno publicitario y valor del cliente
- Ventas, margen de contribución y punto de equilibrio
- Indicadores de inventario, despacho y servicio
- Tablero de control semanal
- Experimentación: hipótesis, prueba y aprendizaje
- Riesgos operativos y plan de contingencia
- Plan de trabajo de 30, 60 y 90 días
- Evaluación final: presentación del plan de una tienda online

METODOLOGÍA

Clases teóricas con talleres, ejercicios y casos prácticos de comercio electrónico adaptados a los productos e industria del cliente.

EVALUACIÓN

Evaluación de los aprendizajes mediante actividades prácticas y/o prueba final. Quienes aprueban reciben un certificado de participación emitido por Saberes OTEC SpA, verificable en saberesotec.cl.

> **Contenido propuesto y adaptable.** Este programa es una propuesta referencial: los contenidos, la duración y la modalidad están sujetos a cambios según los requerimientos del cliente y se adaptan al giro y tipo de negocio de cada empresa. El curso puede dictarse en forma presencial, online en vivo o e-learning.