



PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN

**ECOMMERCE
OMNICANAL
Y MARKETING DIGITAL**

FICHA TÉCNICA

Sesiones	:	33 Sesiones de 4 horas c/u
Duración total	:	132 horas en 4 meses
Frecuencia	:	Martes y Jueves
Horario	:	De 6:30pm a 10:30pm
Modalidad	:	PRESENCIAL

¿A QUIÉNES VA DIRIGIDO?	BENEFICIOS EXCLUSIVOS
<p>EJECUTIVOS DE MARKETING Y NEGOCIOS.- En un mundo cada vez más digitalizado, en donde los DATOS son el nuevo recurso natural del futuro y LAS IDEAS la nueva moneda en la era digital, te ayudaremos a comprender el poder de Internet para los negocios, integrando el comercio electrónico y la innovación en tus estrategias.</p> <p>EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS.- Lo aprendido en este curso lo podrás aplicar a cualquier negocio, sin importar su tamaño o público objetivo, con un enfoque innovador que combina las mejores estrategias digitales para llegar al consumidor Online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PREMIO S/.5000 AL MEJOR PROYECTO ECOMMERCE de la clase. Único programa del mercado que premia tu espíritu empresarial, y te ayuda a acelerar tu negocio. ▪ ¡LA YA RECONOCIDA CALIDAD DE NUESTROS PROFESORES!.- Te rodearás de los mejores profesionales del sector digital quienes compartirán contigo lo que hacen en su día a día, los problemas a los que se enfrentan, sus soluciones, las herramientas con las que trabajan, para que lo apliques de inmediato en tu empresa. ▪ Exclusivo programa de mentoring para ayudarte a poner en marcha tu proyecto Ecommerce y/o conocimientos claves para empezar una exitosa carrera como Consultor Ebusiness. ▪ Preparación para la certificación de GOOGLE ADWORDS™

¿QUÉ VAS A APRENDER?

MÓDULO 1: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS

SESIÓN 1

EL RETO DE LA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LOS NEGOCIOS

MENTOR: Helmut Cáceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

- Tema 1** El arte de Vender una idea
- Tema 2** DESAFIO 1: Tienes 60 segundos para “vender” tu idea.
- Tema 3** Transformación Digital o Transformación Mental
- Tema 4** De la Era digital a la Era Exponencial
- Tema 5** Introducción al Digital Commerce

SESIÓN 2

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING Y CULTURA DE INNOVACIÓN

MENTOR: Helmut Cáceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

- Tema 1** Fundamentos y principios de la Metodología Design Thinking
- Tema 2** Desafío 2: Construye el árbol de problema de tu proyecto (Desarrolla mentalidad Problema/Solución)
- Tema 3** Técnicas de investigación para la empatía
- Tema 4** Desafío 3: Realiza una entrevista a profundidad a un posible cliente potencial.

SESIÓN 3

INMERSIÓN: EL ARTE DE ENTENDER A QUE NOS ENFRENTAMOS

MENTOR: Helmut Cáceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

- Tema 1** ¿Qué es la empatía?: El mapa de empatía
- Tema 2** Desafío 4: Define el “Buyer persona” de tu proyecto.
- Tema 3** Construyendo el “Customer journey map” (Mapa del Viaje del cliente)
- Tema 4** Desafío 5: Identifica el verdadero problema a resolver y el insight

SESIÓN 4

IDEACIÓN: CONSTRUYENDO MI OFERTA DE VALOR

MENTOR: Helmut Cáceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

- Tema 1** Definición de la “Propuesta irresistible” y cómo comunicarla correctamente en el canal Online
- Tema 2** Construyendo el “Value Proposition Canvas”
- Tema 3** Desafío final: Presentación grupal justificando tu oferta de valor y cómo la has construido.

MÓDULO 2: DISEÑANDO LA EXPERIENCIA DEL USUARIO (UX)

SESIÓN 5

FUNDAMENTOS DE UX

MENTOR: Percy Negrete | Director UX Design & Innovation en ATTACH

- Tema 1** ¿A qué llamamos UX?
- Tema 2** Casos reales de proyectos UX
- Tema 3** UX en móviles, lecciones aprendidas
- Tema 4** Entendiendo qué es un prototipo
- Tema 5** Zona de contenidos vs. zonas funcionales
- Tema 6** Desafío 1: Análisis e identificación de objetivos de negocio

SESIÓN 6

DEFINIENDO LA ESTRATEGIA DEL DISEÑO

MENTOR: Percy Negrete | Director UX Design & Innovation en ATTACH

- Tema 1** ¿Porque necesitamos investigar a los usuarios? |
- Tema 2** Identificación del público meta
- Tema 3** Desafío 2: Matriz de priorización
- Tema 4** Desafío 3: Construcción del Buyer persona y Arquetipos
- Tema 5** Desafío 4: Construcción de wireframes

SESIÓN 7

DISEÑANDO EL USER FLOW

MENTOR: Percy Negrete | Director UX Design & Innovation en ATTACH

- Tema 1** ¿Qué son los user testing y para qué sirven?
- Tema 2** Casos reales locales de user testing.
- Tema 3** Desafío 5: Desarrollo de prototipo en papel.
- Tema 4** Desafío Final: Presentación del UserFlow

MÓDULO 3: MODELOS DE NEGOCIO Y ESTRATEGIAS LEGALES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

SESIÓN 8

ASPECTOS LEGALES EN INTERNET: PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL

MENTOR: Fátima Toche Vega | CEO Iriarte & Asociados

- Tema 1** Marcas versus nombres de dominio
- Tema 2** Contenidos Digitales: Protección de Derechos de Autor en Internet
- Tema 3** Industrias Culturales: Problemática y protección jurídica de Música, Audio y Video por Internet.
- Tema 4** Mecanismos alternativos de licenciamiento: Creative Commons, SafeCreative. Blogs.
- Tema 5** Elaboración de políticas de protección de datos personales para emprendimientos digitales

SESIÓN 9

DE START-UP A SCALE-UP: ¿CÓMO ESCALAR UN NEGOCIO A NIVEL GLOBAL?

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Operations – GRIN SCOOTERS

- Tema 1** Estrategias para acelerar la internacionalización de mi negocio
Caso de Estudio: Modelo Olx
Caso de Estudio: Modelo Groupon
Caso de Estudio: Modelo HelloFood
Caso de Estudio: Modelo Easy
- Tema 2** Cómo estimar el tamaño de mercado para mi proyecto
- Tema 3** Elevator pitch: Como exponer un proyecto de negocios y ser recordado
- Tema 4** Tipos de fondos de inversión y el momento clave para solicitarlos
- Tema 5** Estimar la inversión necesaria para su proyecto

SESIÓN 10

ESTRATEGIAS PARA LANZAR UN PROYECTO ECOMMERCE

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Operations – GRIN SCOOTERS

- Tema 1** La propuesta de valor: Diseñando una estrategia diferenciadora
- Tema 2** Entendiendo el ciclo virtuoso Lean Startup
- Tema 3** Estrategias para hacer crecer un proyecto Ecommerce

SESIÓN 11

ECOMMERCE MARKETING CONCEPTS

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Operations – GRIN SCOOTERS

- Tema 1** Ecommerce: Definición y tipología
- Tema 2** Modelos de negocio más conocidos
- Tema 3** Do's & Dont's de Usabilidad en el proceso Ecommerce
- Tema 4** Entendiendo el Funnel de conversión Ecommerce
- RETO** Elevator Pitch: Exponer tu proyecto en 3 minutos

MÓDULO 4: OPERATIVIDAD DE UNA TIENDA VIRTUAL: MEDIOS DE PAGO, FRAUDE Y CANALES LOGÍSTICOS

SESIÓN 12

COMO ADMINISTRAR CORRECTAMENTE UNA TIENDA VIRTUAL

MENTOR: Eduardo Acuña | CEO Fundador SAMISHOP.PE

Tema 1 Métricas relevantes para un negocio Online

Tema 2 Prácticas 100% prácticas en una tienda virtual

SESIÓN 13

TECNOLOGÍAS RECOMENDADAS PARA CREAR UNA TIENDA VIRTUAL

MENTOR: Amparo Nalvarte | CEO Fundadora CULQI.COM

Tema 1 ¿Cómo planificar un sitio Web de Confianza?

Tema 2 Tecnologías recomendadas para empezar a vender Online

Tema 3 Integraciones y kits de herramientas

Tema 4 Mejores prácticas para gestionar una tienda virtual

SESIÓN 14

OPERATIVIDAD LOGÍSTICA PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

MENTOR: Miguel Duranteau | CEO Fundador URBANER.PE

Tema 1 Cambios en la cadena de suministro con la llegada de Internet

Tema 2 Identificación y definición de procesos logísticos.

Tema 3 Almacén y stock en el Ecommerce

Tema 4 Infraestructura logística y tipos de transporte

Tema 5 Costos y tarifas del transporte de mercancías según tipo de transporte

SESIÓN 15

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA LA OPERATIVIDAD LOGÍSTICA

MENTOR: Miguel Duranteau | CEO Fundador URBANER.PE

Tema 1 Estrategia logística: La Supply Chain y sus principios de gestión

Tema 2 Técnicas para la optimización de la gestión de stocks

Tema 3 Indicadores de la gestión del transporte y el almacenamiento

Tema 4 Sistemas informáticos y tecnologías para la trazabilidad de mercancías

Tema 5 Fidelización y retención: CAC y LTV (Lifetimevalue)

MÓDULO 5: ESTRATEGIAS DE ECOMMERCE OMNICHANNEL PARA RETAILS

SESIÓN 16

INTRODUCCIÓN A LA OMNICALIDAD

MENTOR: Yuriko Huayana | Ecommerce manager en SOFTY

- Tema 1** Modelos de negocio en comercio electrónico
- Tema 2** Evolución y desafíos de la omnicanalidad
- Tema 3** Tecnologías en el punto de venta.

SESIÓN 17

ESTRATEGIAS DE MARKETING ECOMMERCE OMNICAL

MENTOR: Yuriko Huayana | Ecommerce manager en SOFTY

- Tema 1** Marketing a través de los canales vs omnicanalidad
- Tema 2** Conducta de compra del Shopper online vs offline.
- Tema 3** Implementando una estrategia omnicanal
- Tema 4** Modelo de proyectos omnicanal

SESIÓN 18

CÓMO DISEÑAR UNA BUENA ESTRATEGIA PARA SOBREVIVIR A UN CYBER

MENTOR: Fiorella Lezama | Market Head Perú MERCADO PAGO

- Tema 1** Qué es un evento Cyber. Panorama Perú y Latam
- Tema 2** Desafíos comerciales. ¿Cómo estimar la demanda y la inversión?
- Tema 3** Desafíos operacionales: Mejores prácticas para generar Confianza Online
- Tema 4** El rol de los Marketplaces: Preparando mi tienda Online en MercadoLibre
- Tema 5** Experiencias multicanal con pagos móviles con QR

MÓDULO 6: AUTOMATIZACIÓN DE EMBUDOS DE MARKETING Y ANALÍTICA DIGITAL

SESIÓN 19

INTRODUCCIÓN A LAS ESCALERAS DE VALOR Y EMBUDOS DE MARKETING

MENTOR: Eduardo García Vernaza | Fundador de AFFFI.COM

- Tema 1** Casos de éxito y fracasos para Inspirar y crear.
- Tema 2** Fórmula secreta para identificar a tu cliente soñado y llamar su atención.
- Tema 3** Como planificar el proceso de venta digital (Escalera de valor).
- Tema 4** De la planificación a la implementación de un embudo de marketing.

SESIÓN 20

DESARROLLANDO EMBUDOS DE MARKETING PARA TU EMPRESA

MENTOR: Eduardo García Vernaza | Fundador de AFFFI.COM

- Tema 1** Embudo para productos/servicios de bajo costo.
- Tema 2** Embudo para productos/servicios de suscripción mensual.
- Tema 3** Embudo de presentación de venta de productos/servicios de alto costo.
- Tema 4** Embudo de lanzamiento de producto/servicio.

SESIÓN 21

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA DIGITAL

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** ¿Qué es y para qué sirve?
- Tema 2** Ecosistema de Analítica Digital: del Clicstream a los insights
- Tema 3** Herramientas de analítica digital
- Tema 4** Métricas y KPIs
- Tema 5** Elaboración de Dashboards (Cuadro de mando)

SESIÓN 22

CONFIGURACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** Creación y configuración de una cuenta de Google Analytics
- Tema 2** Configuración de perfiles y vistas
- Tema 3** Configuración de Objetivos y Funnels
- Tema 4** Análisis de Audiencia, Adquisición y Comportamiento

SESIÓN 23

ANÁLISIS UTILIZANDO GOOGLE ANALYTICS

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** Segmentación
- Tema 2** Análisis práctico de casos
- Tema 3** Identificación de Insights y Análisis de compras
- Tema 4** Modelo de Atribuciones
- Tema 5** Rutas de conversión principales.

MÓDULO 7: INTRODUCCIÓN AL TRAFFICKER DIGITAL (TRAFFIC MANAGER)

SESIÓN 24

INTRODUCCIÓN AL GOOGLE TAG MANAGER (GTM)

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliu | Director de Performance & Ecommerce en DIGITAS PERÚ

- Tema 1** ¿Qué quieres medir? Métricas que suman a los Objetivos de negocio
- Tema 2** Entendiendo Tag Manager: Cuenta, contenedores, etiquetas y variables
- Tema 3** Implementación de códigos: Google Analytics, Google Adwords, Facebook Ads
- Tema 4** Configuración de campañas publicitarias con UTMs
- Tema 5** Práctica: Implementación de eventos de conversión

SESIÓN 25

CÓMO CREAR DASHBOARD PROFESIONALES CON GOOGLE DATA STUDIO (GDS)

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliu | Director de Performance & Ecommerce en DIGITAS PERÚ

- Tema 1** Introducción a GDS
- Tema 2** Editor de informes, fuentes de datos y métricas
- Tema 3** Conexión de datos y visualización de dashboards
- Tema 4** Ejemplo de informes con plantillas: Visualización y edición
- Tema 5** Creación de tu propio Dashboard

SESIÓN 26

MI PRIMERA CAMPAÑA CON FACEBOOK ADS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliu | Director de Performance & Ecommerce en DIGITAS PERÚ

- Tema 1** Configuración de la Cuenta Publicitaria en Facebook
- Tema 2** Reconocimiento de activos digitales y tipos de campaña (Branding, conversión e interacción).
- Tema 3** Tipos de Públicos: Guardados, Personalizados, Similares (Look Alike).
- Tema 4** Creación de público guardado adecuado a tu negocio
- Tema 5** Creación de campaña de “Generación de clientes potenciales” (Lead Ads).

SESIÓN 27

OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑA PARA MEJORAR RESULTADOS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliu | Director de Performance & Ecommerce en DIGITAS PERÚ

- Tema 1** Relevance Score y optimización de una campaña
- Tema 2** Creación de Público Personalizado con lista de clientes
- Tema 3** Creación de Público Personalizado de interacciones de la Fanpage
- Tema 4** Creación de Público Personalizado Similar (Look Alike)
- Tema 5** Píxel de Facebook y Facebook Pixel Helper para Google Chrome
- Tema 6** Formatos de campañas y mejores prácticas de publicación en Facebook

MÓDULO 8: TALLER DE CERTIFICACION DE GOOGLE ADS™

SESIÓN 28

INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS Y CAMPAÑAS DE BÚSQUEDA

MENTOR: Juan Ramón Vera | Digital Media Manager en MINDSHARE GROUP

Tema 1 ¿Qué es Adwords y cómo aplicarlo a nuestro negocio?

Tema 2 Concepto de subasta y Configuración de campañas

Tema 3 Anuncios e Inserción dinámica de palabras clave (DKI).

Tema 4 Mejoras para lograr Performance

SESIÓN 29

CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE ANUNCIOS GRÁFICOS: LA RED DE DISPLAY

MENTOR: Juan Ramón Vera | Digital Media Manager en MINDSHARE GROUP

Tema 1 Red de Display y cómo aplicarlo a nuestro negocio

Tema 2 Tipos de formatos y cuándo usarlos: Banner estándar, Lightbox, Dinámico, Gmail Ads

Tema 3 Creación de listas y de campañas de Remarketing.

Tema 4 Remarketing dinámico.

SESIÓN 30

YOUTUBE: ADWORDS PARA VIDEO

MENTOR: Juan Ramón Vera | Digital Media Manager en MINDSHARE GROUP

Tema 1 Ventajas de usar YOUTUBE: La Segunda red de búsqueda más grande

Tema 2 Configuración de campaña de anuncios de video Instream

Tema 3 Campañas de Video Discovery

Tema 4 Configuraciones avanzadas y Listas de Remarketing

SESIÓN 31

EXAMEN DE CERTIFICACIÓN GOOGLE ADS™

MENTOR: Juan Ramón Vera | Digital Media Manager en MINDSHARE GROUP

Tema 1 Repaso general

Tema 2 Examen para obtener la certificación (120')

MÓDULO 9: TALLER DE PLAN DE INVERSIÓN EN MEDIOS ONLINE

SESIÓN 32

DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS DIGITALES I

MENTOR: Ronald de la Cruz | Director de Operaciones y Medios GRUPO P LATAM

- Tema 1** Ecosistema de medios digitales
- Tema 2** De la compra de medios a la compra de audiencias
- Tema 3** Modelos de compra (CPM, CPC, CPL, CPA)
- Tema 4** Taller de plan de inversión

SESIÓN 33

DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS DIGITALES II

MENTOR: Ronald de la Cruz | Director de Operaciones y Medios GRUPO P LATAM

- Tema 1** El Brief publicitario
- Tema 2** Definiendo las variables básicas de una planificación de medios Online
- Tema 3** Selección de medios y tácticas
- Tema 4** Taller de planificación de medios Online

PRESENTACIÓN DE PROYECTOS FINALES



El proyecto final es la puesta en práctica de todos los conocimientos teóricos aprendidos durante el programa, aplicados a una iniciativa de Ecommerce real, que gracias a nuestro selecto staff de mentores tendrás las herramientas para hacerlo crecer en el mercado.

Una vez finalizado se presentará ante el jurado de mentores de CAPECE, quienes elegirán los mejores proyectos y darán consejos para convertirlo en un negocio rentable y escalable.