



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** Panorama del comercio electrónico en Perú: Visión al 2019
- Tema 2** Mejores prácticas para generar Confianza Online
- Tema 3** Diccionario Ecommerce: Métricas y KPIs que le deben importar a un Gerente
- Tema 4** Desafío 1: Tienes 90 segundos para exponer tu idea de negocio y armar tu equipo de trabajo.
- Tema 5** Encontrando mi propósito: La base de una Organización Exponencial

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 / Research en ATTACHMEDIA

- 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 / Research en ATTACHMEDIA

- 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 / Research en ATTACHMEDIA

- 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 ASPECTOS LEGALES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

SESIÓN 8

ESTRATEGIAS PARA LANZAR UN PROYECTO ECOMMERCE

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- 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 9

ESTRATEGIAS PARA ESCALAR UNA STARTUP

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- 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

ECOMMERCE MARKETING CONCEPTS

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- 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

SESIÓN 11

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: CreativeCommons, SafeCreative. Blogs.
- Tema 5** Elaboración de políticas de protección de datos personales para emprendimientos digitales

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

SESIÓN 12

COMO VENDER ON LINE Y NO MORIR EN EL INTENTO

MENTOR: Eduardo Acuña | CEO Fundador SAMISHOP.PE

- Tema 1** Comercio electrónico para no especialistas
- Tema 2** Pilares Básicos de una Estrategia de Comercio Electrónico
- Tema 3** Cómo exportar usando E-commerce (CrossBorder)
- Tema 4** Métricas relevantes para un negocio Online
- Tema 5** Presentación de SAMISHOP, una plataforma llave en mano

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 OMNICHANNEL

MENTOR: Yuriko Huayana | Ecommerce manager en PROTISA

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

SESIÓN 17

ESTRATEGIAS DE MARKETING ECOMMERCE OMNICHANNEL

MENTOR: Yuriko Huayana | Ecommerce manager en PROTISA

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

SESIÓN 18

GESTIÓN DE LA LOGÍSTICA OMNICHANNEL

MENTOR: Yuriko Huayana | Ecommerce manager en PROTISA

- Tema 1** Logística en ecommerce omnichannel
- Tema 2** Funciones de canales (online + offline)
- Tema 3** Experiencia de Compra omnichannel
- Tema 4** Modelo de niveles de servicio al cliente (Demanda por resultados de experiencia de compra vs ofertas de productos).

MÓDULO 6: EL PLAN DE INVERSIÓN EN MEDIOS ONLINE Y AUTOMATIZACIÓN DE EMBUDOS DE MARKETING

SESIÓN 19

MODELOS DE INVERSIÓN EN MEDIOS ONLINE

MENTOR: Alexis Reategui | Country Manager DIGILANT

- 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 matemáticas en publicidad digital

SESIÓN 20

PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE PLAN DE MEDIOS ONLINE

MENTOR: Alexis Reategui | Country Manager DIGILANT

- 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

SESIÓN 21

INTRODUCCIÓN A LAS ESCALERAS Y EMBUDOS

MENTOR: Eduardo García Vernaza | Fundador de AFFFI.COM

- Tema 1** Casos de éxito y fracasos para Inspirar y creer (Mindset)
- Tema 2** La fórmula secreta (Análisis estratégico del nicho de mercado en 4 pasos)
- Tema 3** La escalera de valor (Esquema de planificación táctica)
- Tema 4** De la escalera de valor al embudo de marketing

SESIÓN 22

DESARROLLANDO EMBUDOS DE MARKETING PARA TU EMPRESA

MENTOR: Eduardo García Vernaza | Fundador de AFFFI.COM

- Tema 1** Embudo 1: Oferta Auto-liquidación
- Tema 2** Embudo 2: Continuidad
- Tema 3** Embudo 3: El webinar perfecto
- Tema 4** Embudo 4: Lanzamiento de producto

MÓDULO 7: ESTABLECIENDO MIS OBJETIVOS DE MEDICIÓN CON ANALÍTICA DIGITAL

SESIÓN 23

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 24

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 25

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 8: PERFORMANCE MARKETING: OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN

SESIÓN 26

INTRODUCCIÓN AL GOOGLE TAG MANAGER

MENTOR: Fernando Salazar | Director de Publicidad Digital en ATTACHMEDIA

- Tema 1** ¿Qué quieres medir? Objetivos, métricas y estrategias
- Tema 2** Entendiendo Tag Manager: Cuenta, contenedores, etiquetas y variables
- Tema 3** Implementación de códigos: Google Analytics, Google Adwords, Facebook Ads
- Tema 4** Implementación avanzada de eventos y recopilación de data con Analytics

SESIÓN 27

OPTIMIZA RESULTADOS DE CONVERSIÓN CON C.R.O. (CONVERSION RATE OPTIMIZATION)

MENTOR: Fernando Salazar | Director de Publicidad Digital en ATTACHMEDIA

- Tema 1** Potencia tus resultados: Conceptos y estrategias del CRO
- Tema 2** Metodología y Framework LIFT
- Tema 3** Herramientas para CRO
- Tema 4** Instalación de Google Optimize
- Tema 5** Experimentos: A/B y Multivariate Test

SESIÓN 28

MI PRIMERA CAMPAÑA CON FACEBOOK ADS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliú | Director de Performance Media en DIGITAS PERÚ

- Tema 1** Configuración de la Cuenta Publicitaria en Facebook
- Tema 2** Reconocimiento de activos digitales y objetivos de negocio (Campaña de 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 interacciones con público guardado
- Tema 6** Creación de campaña de “Generación de clientes potenciales” (Lead Ads).

SESIÓN 29

OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑA PARA MEJORAR RESULTADOS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliú | Director de Performance Media 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 9: TALLER DE CERTIFICACION DE GOOGLE ADWORDS™

SESIÓN 30

INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS 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 31

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 32

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 33

EXAMEN DE CERTIFICACIÓN GOOGLE ADWORDS™

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

Tema 1 Repaso general

Tema 2 Examen para obtener la certificación (120')

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.