

I. Objetivo

Al finalizar el diplomado, el participante estará en capacidad de diseñar una estrategia de venta en línea, por medio del planteamiento de una estrategia de ecommerce que articule los canales de venta de la marca y sus métricas para evaluar efectividad.

También se espera que el estudiante salga con capacidad para crear contenidos de impacto que garanticen la conversión, dependiendo de la etapa y objetivo de la marca, por medio del descubrimiento y aplicación de técnicas para hacer marketing a través de las historias, segmentando audiencias, personalizando mensajes y ampliando la medición.

II. Estructura del Programa – Módulos

Módulo 1: De Storytelling, pasando por Storydoing, a Storyliving

- La evolución del storytelling y cómo hemos evolucionado con él.
- Content Marketing 101 o las bases de la Mercadotecnia de Contenidos.
- Creatividad como el motor del crecimiento en el negocio
- Propósito de Marca, causas y la responsabilidad que tenemos como marcas hoy en día.

Módulo 2: Nuevos formatos

- Creative Commerce
- Todo comunica, todo vende, todo convierte
- Las generaciones, las emociones y sus redes sociales
- Buscando ser noticia en un mundo que no cree en noticias.

Módulo 3: Curaduría creativa y planeación de contenidos

- Generación de nuevos significados para cosas que ya conocíamos
- El Spam es un jamón
- Ideas Disruptivas en el Marketing de Contenidos.
- Historias generadas por los propios usuarios
- Matrices de Contenidos
- Multiformatos efectivos
- Medición de cada contenido
- Aprendizajes de las audiencias

Módulo 4: Ecommerce y los diferentes caminos para vender en línea

- Tendencias y cifras más relevantes del ecommerce
- Introducción a los diferentes caminos para vender en línea
- Tienda propia
- Marketplaces
- Dropshipping
- Redes sociales
- B2B
- D2C
- Proyecto
- Case canvas
- Buyer persona

Módulo 5: Creando mi tienda propia

- Plataformas existentes para crear una tienda en línea
- Cómo estructurar el proyecto de desarrollo de una tienda
- Proyecto
- Apertura tienda propia en una plataforma en línea tipo Shopify

Módulo 6: Marketing y analítica enfocados para ecommerce

- Medios y formatos de publicidad para vender en línea
- Cómo medir las campañas de marketing para ecommerce
- Principales métricas para el ecommerce
- Fórmula básica del retail
- Proyecto
- Apertura y conexión con Google Analytics
- Creación de flujo con herramienta de email marketing tipo Mailchimp

Módulo 7: Omnicanalidad y tendencias

- Cómo unir la experiencia on y off de los clientes a través de la omnicanalidad
- Casos de éxito de omnicanalidad
- Social commerce, commerce en streaming, shoppable videos, Whatsapp.
- Proyecto
- Crear un bot para chat en herramienta tipo Manychat

Módulo 8: Venta en marketplaces y logística para ecommerce

- Ventas y desventajas de vender en marketplaces
- Principales marketplaces en Colombia
- Cómo incrementar mis ventas en Mercado Libre
- Publicidad en Mercado Libre
- Herramientas para vender en múltiples marketplaces a la vez
- Modelos de logística para ecommerce
- Proyecto
- Apertura cuenta en Mercado Libre
- Creación de publicaciones en Mercado Libre

III. Dirigido a

Profesionales de diversas áreas, que quieren potenciar sus competencias actuales con habilidades en el mundo digital e interesados en adquirir competencias en marketing digital.

IV. Docentes

Juan Pablo Ordóñez Jiménez

Omnichannel and digital transformation manager HP Colombia.

Cuenta con más de 10 años de experiencia trabajando en temas digitales, durante los últimos 8 ha liderado equipos de ecommerce para reconocidas empresas como Dafiti donde lideró el equipo de mercadeo de Colombia por dos años. En Pepe Ganga dirigió por cuatro años el negocio de ecommerce, manejando el 360 del mismo. Droguerías Colsubsidio, donde apoyó al negocio para superar con creces las metas del lanzamiento de la nueva tienda en línea durante 2020. Actualmente en HP Colombia lidera la estrategia Omnicanal de la compañía garantizando el liderazgo de la marca en las tiendas online de los retailers de tradicionales y en los marketplaces.

Julián Guarín Barkach.

Comunicador social, periodista, director general creativo en Geometry.

En su carrera ha ayudado a vender un rascacielos, leche materna, linternas, tocinetas, chequeos médicos, tecnología de la salud, planes de internet, rones, whiskies, maltas, gaseosas, bebidas espirituosas, programas de fidelización, millas, servicios de urgencia, productos de la paz, pizzas, sándwiches, cadenas de comida rápida, salsa de tomate, programas de educación escolar, libros, bibliotecas públicas, bibliotecas distritales, cannabis medicinal, servicios de seguridad digital, reaseguradoras, empresas de seguros, productos de higiene femenina, detergentes, trapos de cocina, kits de seguridad industrial, un par de partidos políticos, varios ONGs, hoteles, teléfonos celulares, leyes, condones, servicios de logística y envíos, supermercados, tiendas por departamento, periódicos y sobre todo, ideas.

Verónica Dorado Jiménez

Head eCommerce Kimberly Clark Norte Latam - MBA Inalde Business School. Apasionada por el marketing digital y comercio electrónico, con experiencia de 15 años en agencias de publicidad y compañías de consumo masivo, en roles enfocados a la transformación digital e innovación digital desde diferentes aristas. Pensamiento estratégico y amplia experiencia acompañando a compañías en diferentes industrias, en sus procesos de transformación digital. En los últimos años enfocada en el desarrollo de ecommerce en compañías de consumo masivo, liderando las áreas de ecommerce y construyendo el canal de más alto crecimiento dentro del negocio.

Juan Pablo Franco

Director de operaciones y proyectos en M3 eCommerce. Experto en Vtex, principal plataforma de ecommerce de Latinoamérica. Combina un sólido conocimiento como desarrollador con la experiencia de operar directamente un ecommerce. Ha liderado proyectos de desarrollo para importantes marcas como EPK, Oster Colombia, Fuera de Seria y Whirlpool. Durante más de un año estuvo a cargo del canal de venta online de Panamericana. Actualmente es Director de operaciones y proyectos para Colombia y Centro América, en M3 eCommerce una de las agencias más importantes en implementación de plataformas de Ecommerce en Latinoamérica.

Santiago Osorio

Gerente Productos Digitales en Homecenter Colombia. Durante los últimos seis años Santiago a desarrollado la estrategia de ecommerce para empresas como Locatel donde dirigió los canales alternos y actualmente para Homecenter, cada que se destaca principalmente por su experiencia omnicanal, donde logra articular los medios offline y online para satisfacer a sus clientes. También ha tenido experiencia en Emporio Ecommerce donde pudo acompañar a varias marcas a ejecutar sus ventas en línea, así mismo en Mercado Libre donde fue Senior Category Manager de belleza y cuidado personal.

V. Horario y Lugar

El programa se llevará a cabo los días martes y jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m, las sesiones se desarrollarán remotamente, por medio del software para comunicaciones Zoom u otro similar.

Los cambios eventuales que se puedan presentar en la programación inicial (fechas, horarios, docentes) serán informados, oportunamente, a los estudiantes.

DIPLOMADO

E-commerce y contenidos digitales

Modalidad online en vivo



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

VI. Inversión.

El valor de la inversión es de \$2'500.000 incluido el 1.5% del Impuesto de Procultura.

Fecha de inicio, martes, 26 de abril de 2022

Fecha fin: miércoles, 13 de julio de 2022

Horario: martes y jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m.

Duración: 90 horas

Inversión: \$2'500.000

Inscríbese en: <https://forms.office.com/r/f8wuLWicrm>

Contáctanos vía WhatsApp <https://wa.me/message/PUH4JKZUUJEP1>