



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso de Estrategias Omnicanal

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso de Estrategias Omnicanal

duración total: 200 horas

horas teleformación: 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un entorno altamente competitivo e innovador donde la información y la orientación al consumidor juegan un papel esencial, los modelos de negocio omnicanal destacan sobre aquellos modelos tradicionales que no atienden a la importancia de integrar la información online y offline. Este curso online en estrategias omnicanal aportará la formación que necesitas para comprender la importancia del Customer Journey y del estudio del comportamiento del consumidor, de cara a obtener información valiosa con la que podamos mejorar la satisfacción del cliente. Para ello aprenderás a integrar la información que te proporciona los puntos de contacto con el cliente a través de los diferentes canales.

INESEM ofrece formación online con contenidos actualizados y los mejores docentes especializados a tu servicio.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Diseñar e implantar una estrategia omnicanal de negocio.
- Adquirir las herramientas necesarias para analizar el comportamiento del consumidor.
- Aprender a captar usuarios en el embudo de ventas y retenerlos mediante la fidelización.
- Identificar los elementos más importantes para implantar un e-commerce omnicanal
- Dotar de conocimientos y habilidades directivas para la toma de decisiones estratégicas de una empresa omnicanal.
- Distinguir las métricas más importantes para medir la satisfacción del consumidor y nuestra efectividad.

para qué te prepara

Este curso online de estrategias omnicanal te preparará para conocer las tendencias que aseguran la fidelización de clientes a través de la optimización e integración de los distintos canales online y offline de la empresa. Mejorar obtención de datos acerca del comportamiento del cliente y mejorar la comunicación y la adaptación de tu estrategia hará que tus ventas y valor de empresa incrementen significativamente.

salidas laborales

Gracias a esta formación obtendrás una especialización en el ámbito de la experiencia del consumidor y la gestión de e-commerce integrados en modelos multicanal. Conviértete en un especialista de CRM, de atención al cliente, telemarketing, tecnología de la información, calidad de servicio. Mejora tu empleabilidad en marketing y ventas. Emprende un negocio online.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Estrategias Omnicanal y Customer Experience'
- Manual teórico 'Marketing Omnicanal'

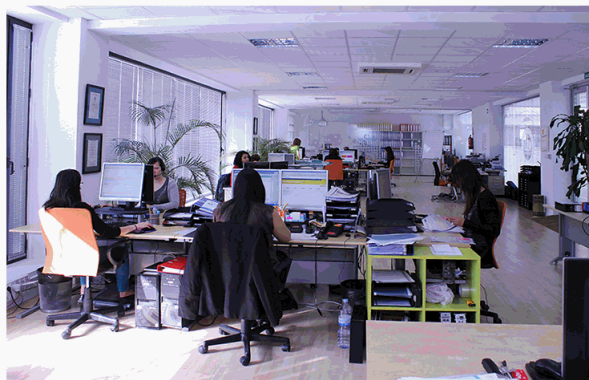


profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. ESTRATEGIAS OMNICANAL Y CUSTOMER EXPERIENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOMMERCE TRADICIONAL

1. Concepto
2. Modelos de negocio en la red
3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
4. Relación con el cliente-proveedor
5. El proceso de compra
6. Comercio electrónico según el medio utilizado
7. Nuevas tendencias y paradigmas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA VENTA OMNICANAL

1. Comprendiendo a los nuevos E-consumidores
2. Definición y diferencias entre Multicanalidad y Omnicanalidad
3. Estrategia omnicanal para superar las expectativas del consumidor
4. Ventajas vs desventajas
5. ¿Qué, cómo y a quién podemos vender?
6. Estrategias Omnicanal y el e-Commerce
7. Desafíos de los negocios online y el offline

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CANALES

1. Componentes y roles de los canales
2. Tipos de canal
3. El IOT
4. Diseño de estrategia de canales
5. Canvass Business Model
6. Desafíos en la Implementación de la estrategia de canales
7. Ejemplo caso de éxito: Nike omnichannel map

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE

1. Concepto
2. Objetivos
3. Análisis del proceso

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

1. Concepto de Customer Journey
2. Fases de un Customer Journey
3. Comportamiento webrooming y showrooming
4. Beneficios y desventajas del showrooming y el webrooming para la distribución
5. Herramientas para crear un Customer Journey
6. Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUYER PERSONA, CAPTACION Y FIDELIZACIÓN.

1. Introducción al Buyer Persona
2. Cómo crear tu Buyer Persona
3. Herramientas de venta y captación
4. Retención y fidelización de clientes
5. Factores fundamentales de la fidelidad del cliente
6. Marketing dirigido y personalizado
7. Experiencia del Punto de Venta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUNTOS CLAVE Y MÉTRICAS

1. Análisis integrado
2. Customer experience en los diferentes canales
3. Análisis de puntos de contacto

- 4.Principales KPIs
- 5.Comunicación y colaboración interdepartamental

MÓDULO 2. MARKETING OMNICAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 1.Plataformas de comercio electrónico
- 2.Tecnología en ecommerce: Plataformas, diseños y módulos
- 3.Modelos de negocio en comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA Y CAPTACIÓN EN E-COMMERCE

- 1.Analítica web para comercio electrónico
- 2.SEO y SEM para comercio electrónico
- 3.Social Media y Social Commerce

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTION DE TIENDA Y ESCAPARATE ONLINE

- 1.El pricing y el margen en comercio electrónico
- 2.Página web y catálogo de una tienda online.
- 3.Ficha de producto y claves de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA TIENDA FÍSICA EN LA ESTRATEGIA OMNICHANNEL

- 1.Digitalización y monitorización del establecimiento físico
- 2.Herramientas clave
- 3.Métricas que podemos extraer

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE ENVÍOS.

- 1.Aprovisionamiento en el comercio electrónico y proveedores
- 2.La logística y la gestión del stock en el almacén
- 3.Gestión de los envíos, métodos delivery y el servicio postventa
- 4.Algunos sistemas de gestión de stock para e-Commerce

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO OMNICHANNEL

- 1.Plan de negocio y viabilidad
- 2.Financiación requerida y vías.
- 3.Internacionalización y expansión en comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. AUTOMATIZACIÓN, CRM Y FIDELIZACIÓN

- 1.Sistemas integrados de información
- 2.Estrategias CRM 360º: Redes Sociales, Email, SMS, Notificaciones, ...
- 3.Big data e IoT (Internet de las cosas)
- 4.Algunos casos de éxito y sus claves

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEDIOS DE PAGO DIGITALES

- 1.Introducción a los medios de pago
- 2.Datos
- 3.Agentes
- 4.Sistemas de pago