

MOOC COMERCIO ELECTRONICO

MODULO 1: el comercio electrónico es esta transacción comercial por medio del internet, da igual si estas iniciando tu negocio o si ya llevas tiempo en el mercado y te expandes por otro canal que es el internet, el comercio electrónico es diferente donde tenemos que replantear el modelo de trabajo; los negocios electrónicos son mucho mas productivos que los negocios convencionales, donde vemos la productividad con la relación coste-tiempo, donde tenemos que medir donde vienen nuestros clientes, todo se recopila en la base de datos (CRM) y también hay que estar revisando a nuestra competencia, al estar compitiendo con el internet en general, debemos de ser innovadores para permanecer en el mercado.

MODULO 2: la investigación es muy importante para todo negocio, una investigar a nuestra competencia y también investigar a nuestros clientes, para saber que se oferta actualmente y cual es la necesidad actual de los usuarios. La investigación hoy en día es sencillo todo esta en internet, puede ser comprarles una vez para saber cómo es la experiencia o suscribirse a sus new letters para saber como es el trato al usuario. Pero no solo quedarnos con la competencia, también conseguir mejores proveedores, mejor tecnología para optimizar procesos.

MODULO 3: analizar el mercado, analizar como trabajan los grandes, comprar con el fin de medir todo, la interacción con los clientes es lo más importante donde puede ser por medio de imágenes si es un producto comercial, o al ser un producto complejo puedes abrir un chat con el usuario para resolver todas sus dudas o el poder realizar una cotización.

MODULO 4: hay que sentar las bases de un negocio antes de planear crecer de golpe, ¿Por qué? Debido a que la gran mayoría de los negocios no pasan de los 3 años y mucho menos los 5. Todo esto por no tener sus bases firmes, hay diversos esquemas que te pueden ayudar a tener tus bases, como el análisis FODA, el Canvas, donde aquí analizamos nuestras fortalezas y debilidades, donde tenemos que solucionar esas debilidades y explotar esas fortalezas. Destinar proveedores, alianzas, gastos, costos, canales de difusión, como es el servicio a clientes, todo eso tenemos de tenerlo bien establecido para permanecer en el mercado.

MODULO 5: la interfaz, la pagina de tu tienda electrónica debe de ser cómodo al usuario, si es tedioso irán a una tienda más cómoda, aquí hay de dos, invertirle para crear una propia página web, donde aquí lo personalizas a tu gusto o crear tu pagina en una plataforma grande como Facebook o Google, donde en estas te tienes a aguantar a sus políticas o herramientas a disposición, al que de la nada cambien el algoritmo y no te muestren con frecuencia o que te cambien la manera de trabajar. También podemos optar por MercadoLibre, Amazon, linio, etc. Que es un catálogo interminable solo que debes de pagar sus comisiones.

MODULO 6: la base de datos es lo mas importante, donde en estas sabrás el como persuadir al usuario para comprar, donde hay que saber como usar esa información debido a que el usuario confía en ti esa información de donde vive, su numero de tarjeta, numero telefónico. Pero un buen manejo de esta base de datos hace que el cliente sienta que te tomas las molestias de recordar su cumpleaños, ese engagement con el usuario es lo mas importante.

MODULO 7: protección de datos, va de la mano con la base de datos tener la información privada de cientos, miles o millones de usuarios, el mal uso de esto puede llevarte represarías legales muy fuertes, debes de proteger estos datos como si la vida te fuera en ello, tener una buena base de datos es sinónimo de éxito pero todo conlleva grandes responsabilidades.

MODULO 8: los clientes deciden el mercado, debido a que ellos al final lo comprarán, encuestar al cliente para saber que actuar. Realizar encuestas no tan tediosas pero a su vez el consumidor se sienta importante al poder decidir, un ejemplo para una tienda de bebidas es si prefieren una bebida fresca o caliente, no preguntar tal cual si quiere que el nuevo sabor sea mango o sea fresa porque perderá impacto cuando salga ese producto, simplemente sacar la bebida refrescante con la fruta de temporada del momento. Saber como encuestar al cliente es esencial para ofrecer nuevos productos al mercado.

MODULO 9: separar lo digital de lo tradicional (físico) debido a que son dos procesos de comercio diferente, tu producto se vende diferente, debes de conservarlo de diferentes manera y al manejarse todo diferente debes de tener diferentes áreas. Un ejemplo puede ser que el cajero tome los pedidos por paginas en línea, se va saturar manejar 4 plataformas de venta diferentes y a la vez ver las ventas en el local físico. Hay que dividirlo, una para tener mejor gestión y dos para tener una mejor perspectiva de cómo mejorar, si tienes todo junto funcionado como Dios dio a entender, no sabrás donde moverle sin romper el delicado ecosistema que creamos.

MODULO 10: webs informativas, es un complemento de tu tienda en línea, no solo hay que hacer una canasta donde le des a comprar y listo, un ejemplo puede ser las tiendas de coches donde hay paginas y paginas de modelos de coches. O zara que tiene su propia revista en línea donde te cuenta la experiencia de pertenecer a zara, sus aperturas en milan, sus nuevas colecciones, reseñas de las mismas por eminencias de la moda para realizar un engagement con el usuario que resuelvan esas dudas que tienen de comprar en línea, o al final esa pagina pueda hacer que el consumidor vaya a la tienda en físico directo a comprar,