

Estrategias de venta omnicanal y experiencia de cliente

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Conocer y ejercer los principios, herramientas y operativas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio de los nuevos mercados digitales, aplicando las estrategias necesarias para el desarrollo como empresa digital (Customer Experience), así como dominar la metodología, diseño e implantación del Customer Journey.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOMMERCE

Concepto

Modelos de negocio en la red

Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional

Tipos de comercio electrónico

Relación con el cliente-proveedor

El proceso de compra

Comercio electrónico según el medio utilizado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE PAGO DIGITALES

Introducción a los medios de pago

Datos

Agentes

Sistemas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

Introducción al customer journey

Fases de la experiencia de cliente

Propuestas de mejora

Herramientas para crear un Customer Journey

Tendencias

Introducción al buyer persona

Cómo crear tu Buyer Persona
Herramientas