

**Informe final del diplomado en E-commerce con la EUDE (ESCUELA EUROPEA DE
DIRECCIÓN Y EMPRESA)**

Danna Stefania Ordoñez Meneses

Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca

Facultad de Humanidades

Comunicación social y periodismo

Popayán

2023

**Informe final del diplomado en E-commerce con la EUDE (ESCUELA EUROPEA DE
DIRECCIÓN Y EMPRESA)**

Danna Stefania Ordoñez Meneses

Fredy Alfonso Toro Cabrera

Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca

Facultad de Humanidades

Comunicación social y periodismo

Popayán

2023

Introducción

El presente informe, se desarrolla sobre las diferentes estrategias, que abarca el comercio electrónico en la vida de cada persona, siendo consumidor o dueño de una marca, revelando las múltiples funciones del mundo del ecommerce, forjando así los conocimientos de los comunicadores sociales y periodistas para el manejo de forma estratégica y audaz en las diferentes plataformas, que han nacido para un mejor progreso en la vida del mundo digital.

Con relación a lo anterior, se manifiesta cuatro puntos fundamentales para hablar de un ecommerce exitoso en el progreso de un comunicador social, hacia una propuesta para una empresa, por lo que se refiere al saber las múltiples oportunidades que el comercio electrónico ha fundado, para hacer de este un mundo más fácil de desarrollar teniendo como prioridad la contabilidad de todo el público sobre nuestra marca, basándose con esto en parámetros para crear un público objetivo y tener una mejor calidad de servicio hacia quienes queremos llegar, segundo la pluralidad de tecnología y medios de pago que existen para hacer más eficaz un servicio, lo que lleva atraer más público y optimizar los servicios, generando el interés hacia una marca, tercero las tiendas virtuales y/o online; se basa en saber los nueve pasos que se expondrán en el desarrollo de este trabajo, para seguir y logra un éxito a la hora de posicionar una marca en la web, cuarto el Mobile marketing, el cual refiere a tener un enfoque integrado que permitirá garantizar un crecimiento y éxito a la marca.

Un mundo lleno de oportunidades en el comercio electrónico.

Es el primer paso para lograr un tráfico más extenso para tu marca, lo que conduce a monetizar tu estrategia, haciendo que más gente se familiarice con tu negocio a través de múltiples canales que tú mismo puede elegir a tu conveniencia, para exponer tu idea al mundo entero si deseas, o segmentarlo primeramente a tu ciudad, región o país, en este segmento no se habla de buscar más like sino optimizar el crecimiento de tu empresa y hacerla conocer a muchas personas, el comercio electrónico se debe ver como un negocio, más que una herramienta, es el foco para posicionar tu idea al público, logrando entender que la omnicalidad es la base para captar al público, lo que se refiere a que el cliente en el centro de todo, y se puede contactar con

cualquier canal siendo en redes sociales, mensajes de texto, visitas en casa, correo electrónico, entre otros.

La bidireccionalidad, es lo que se utiliza para conocer al cliente y el cliente a la marca, se desarrolla una cognición de manera mutua, haciendo que el usuario se sienta acogido con la empresa y así pueda caracterizarse de manera fundamental con ella, haciendo que su permanencia sea fidelizada, lo que llevara a monetizar el canal o canales que has elegido, ligándolo a una información concisa y no a una sobre información que lo único que hará es aburrir y despejar al cliente de tu objetivo principal.

Así mismo se deber seguir unos alineamientos, los cuales son: el pensar en lo que vas a ofrecer y si ese servicio es ideal para el público con el que te vas a encontrar; la información, los datos y conocimientos que vas a registrar para que tu publico sepa de ti y se identifique; el marketing con el que te vas a ligar para tu marca; los servicios que vas a ofrecer siendo consciente de las verdaderas necesidades que tiene un público y si es algo con el que las vas a suplir; las ventas con las cuales vas a obtener las estadísticas para reconocer el éxito o fracaso de tu idea.

En efecto el comercio electrónico se basa en un negocio, canal y un servicio a ofrecer, con estos determino cual será mi estrategia y comunicación que voy a ejercer, para lograr no montar una pagina web sino llevar publico a mi negocio.

Es importante tener en cuenta que primero hay que partir de los medios propios, lo que significa aquellos amigos, conocidos y demás modelos de relación, puesto que aquellos son los primeros en apoyar tu idea y general una primera impresión, segundo los medios ganados de cualquier empresa que colaboremos, la relación que se haga con otra marca para poder adquirir un apoyo y poder tener un soporte para tu marca, y por último los medios de pagados como canales para realizar campañas que ayudaran a incrementar tu público.

Por otra parte, es crucial entender que el marketing se debe realizar durante y después de la plasmar y ejercer la idea, y así cada vez hacer que las personas a las cuales somos desconocidas volverlas conocidas, comprender que la web no es el único canal para ejercer el comercio electrónico es cuestionarte para desarrollar tu idea a través de diferentes plataformas que existen en la actualidad, organizar una logística es uno de los ejes con más decisión, posterior a

los medios de pago, los cuales se hablara más adelante, la logística se refiere al estar atento a las entregas, los robos, la velocidad de llegada del producto a tu destino, quien asumirá los gastos de envío, y las diferentes estrategias que puedes utilizar a la hora de ofrecer una servicio de entrega.

El impacto ambiental es necesario conocerlo como esencial a la hora de plasmas tu idea, el comprender que este tema es uno de los mas relevantes en la actualidad ayudara a que tu publico se asocie a tu idea y se sienta mas seguro a la hora de obtener tu producto. Pues tu propuesta valor debe ser relevante, creíble y diferente.

Maneras de hacer comercio electrónico:

Shoppable content: con un post puedo vender.

Streaming: con las redes sociales y una cámara, puedes realizar un video y ofrecer lo que tú sabes hacer y quieres vender – es la manera más fácil de hacer comercio electrónico.

Ecommerce local: ofreces tus servicios desde la casa, es lo que hoy en dia vivimos, dado que desde tu casa trabajaras y aún mas ayudara el medio ambiente

Recommerce: compra y venta de segunda mano, sostenibilidad, poca contaminación y se utiliza con cualquier tipología

Social commerce: utilizar las redes sociales para mostrar tu marca y tener más interacción, en la propia red puedes vender y mostrar tu marca, y tus medios propios es la mejor manera para llegar

Social media: puedes vender y crear contenido de calidad, esto es de obtener clientes, buen dialogo, fortalezas y conexiones, interactuar y actualizar mi data.

Marketplace Amazon: no te da clientes, te da ventas, no tiene datos de tu cliente

Voice commerce: dispositivos con asistente de voz, aplicación de voz, asistente domestico de voz, entre otros

Web al 5g

Selecciones tecnológicas y medios de pago

El comprender que tener una buena tecnología superará tu producto, pues bien, se debe entender que hoy en día la tecnología llamará siempre la atención del usuario, lo que producirá que cada vez las empresas se encuentren a la vanguardia para superar a su competencia en cuanto a tecnología más que al producto, el poder ofrecer diferentes métodos para conocer y acceder a tu producto será la mejor manera para captar a más personas día a día, será este tu principal objetivo, enfocarse que las herramientas se actualizan y se convierten en el foco principal para general un impacto en la sociedad.

Ahora bien, tu tecnología debe emergerse en comprender que su eficacia es el eje, para no llegar a una crisis, cuando tu usuario debe esperar mas de cuatro segundo será un llamado para que actualices las plataformas con las cuales estas trabajando, debes ofrecer una página rápida en la cual tu comprador no se aburra, por ello se debe tener un servidor de buena calidad para evitar una perdida de usuarios.

Se comprende que no todas las marcas necesitan de una plataforma digital pues no siempre son aptas para estas al no cumplir los objetivos.

Anteriormente se realizaba de manera muy diferente la forma de posicionar una marca puesto que se conocía como 1. La propuesta de valor, 2. Análisis de la viabilidad 3. Implantación de la idea, 4. Lanzamiento, 5. Implantación de la medición, 6. Resultados, 7. Informes, 8. Justificaciones. Hoy en día esta metodología a cambiado y se encuentra de tercera y cuarta, como se mide y el desarrollo de la medición, puesto que antes estaba de quinta, en la actualidad se ha visto la importancia de comprender las estadísticas para saber la viabilidad de la idea, y por último se encuentra, fomentar nuevas ideas, pues debe tenerse en cuenta que no se puede crear una idea nueva cuando se ha desarrollo la primera.

Es de tener en cuenta que al cliente se debe atacar por todas partes y que todo lo que se abarca mediante la tecnología se debe medir, dado que así se lograra segmentar cada vez mejor tu público, un punto a tener en cuenta se posiciona en la data, dado que es la herramienta que logra general la estrategia.

Ahora bien pasamos a los medios de pago, ficha clave para general un mejor flujo de personas para tu marca, dado que hoy en día es relevante contar con múltiples medios de pago lo

que hará que tu marca sea mas atractiva para el cliente, logrando general comodidad con las múltiples maneras de pagar un producto, teniendo en cuenta que los medios de pago cada día son mas extensos, y se debe tener en cuenta ya que es una de las operativas más importantes para un negocio, se debe plasmas la comisión que toma el medio.

Tiendas online – virtuales

Para general tu tienda online se debe seguir unos pasos que serán ideales para generar de manera correcta tu objetivo, principalmente se debe comprar un dominio, lo que quiere decir una dirección web o un blog, el cual lo puedes adquirir en cualquier sitio web, según tu presupuesto e intención, teniendo como lineamiento un buen nombre que se ajuste a tu tienda, el cual sea fácil de recordar para el cliente y genere positivismo.

El diseño funcional se refiere a como va funcionar la tienda, donde vas a poder filtrar nuevas herramientas, que generara interactividad entre tus consumidores, crear funciones propias que no se encuentren en otras plataformas será el plus para tu marca, pues se debe ir siempre un paso a delante, por eso la estrategia que elijas debe abarcar todas las necesidades de tu cliente, para así logra un auge en el comercio que deseas fomentar, el ir más allá de lo básico y simple, te llevara a la meta, por consiguiente las plataformas tecnológicas que hoy en día se encuentran en el mercado serán ideales para plasmar todo lo que deseas en la tuya, guiándote con múltiples plantillas que se encuentran en la web y editándolas según tu gusto y necesidades.

La estructura de la tienda se lleva a la idea de hacer un desarrollo muy sencillo, el cual no sea tedioso para nuestro cliente utilizar la plataforma que vamos a ofrecer, teniendo en cuenta que si se hace de manera compleja se corre el riesgo de aburrir al usuario y que probablemente abandone la marca, recordar que la opción ideal no siempre será la mas cara ni a mas barata, en el mundo de la web existen múltiples soportes que se asemejan a tu idea y no están ligados a su precio.

Los contenido y catálogos van de la mano con lo antes expuesto en el desarrollo del informe, se refiere a los módulos que se van a plasmar en sobre la necesidad de mis ideas, esto quiere decir, cómo vas a planificar en tu pagina web los pasos de elección de producto, medio de

pago, módulo de contabilidad, y demás herramientas que van aparecer en tu plataforma, creando un orden a la hora de abrir tu página y sea atrayente ante los ojos de los espectadores; las pasarelas y medios de pago va ligado a que las plataformas no sean difíciles y lo más importante que sean asequibles para las personas, general confiabilidad es esencial, crear para tu marca diferentes canales de medios de pago abrirá las puertas a una mejor credibilidad al iniciar tu empresa.

La logística del ecommerce se refiere a cómo vas a organizar el equipo de trabajo que va a entregar el producto, la eficacia que vas a ofrecer, y las empresas con las cuales te puedes ligar para poder ser más óptimo en la entrega de un paquete, en este punto es necesario realizar un estudio para saber que vamos a elegir entre las diferentes empresas que ofrecen estos servicios, así, finalmente luego de tener toda tu tienda organizada y plasmada en la web, se debe pensar como se le va a llegar a los usuarios, el cómo vamos a vender, el atraer, el crear y el deleitar. También entender que, si se va a crear una tienda presencial, la búsqueda de un lugar estratégico es fundamental, lugar el cual sea trascendido por las personas, y si de lo contrario la tienda es online se debe pensar una estrategia más formada para la atracción de las personas, se basa en los objetivos y atacar los perfiles de los clientes que va dirigido mi producto, general el valor de contenido y promocionar con los anuncios en redes sociales.

Mobile marketing

El Mobile marketing es una de las herramientas más usadas, pero también un poco desconocida para los creadores de marca, el poder entender la importancia que maneja hoy un móvil hará que se pueda generar con más facilidad, todas las estrategias que deseas implementar en la creación de tu marca, las múltiples aplicaciones que puede abarcar un celular harán que puedas generar más contenido digital y estar más a la vanguardia del proceso de tu empresa y el estado de tus usuarios.

Creando así un enfoque más integrado, sin dejar a un lado las herramientas como la televisión, las vallas publicitarias, los correos electrónicos y demás pautas que se logran en el mundo digital, el recordar que la empresa quien es el anunciante tiene la iniciativa de invertir para su público es una de las maneras más eficaces para lograr sus objetivos, pues aquellas inversiones serán la base para recibir los frutos en un lapso de tiempo.

También se maneja de forma no directa y es cuando una agencia de manera externa trabaja sobre tu marca, pues está será la encargada de hacer lo que se acuerde con el enunciante, generando una carga más liviana y dejando el peso a una marca que se encarga de trabajar en la planificación de las estrategias de las demás.

Para finalizar es sumamente importante general en un lapso de tiempo un objetivo, para así poderse ver y trabajar de manera mas completa por tu meta, el quererse ver de manera enorme en cinco años o tres, según tu ideal generara que inviertas mucho mas y trabajes mas para ver crecer tu nombre y así no dejar que tus competidores te alcancen.

En el desarrollo del diplomado en ecommerce se ejercieron actividades, que lograron reforzar y expandir más los conocimientos sobre cada clase asistida, buscando el aprendizaje del comercio electrónico, dando bases fundamentales para cada estudiante de comunicación social y periodismo, generando actividades las cuales iban ligas a una lectura de cada uno de las temáticas de la clase vista, donde se podía encontrar más afondo la explicación de conceptos y módulos expuestos en el diplomado, posterior a estas actividades las cuales eran de carácter obligatorio se podía ingresar a una examen el cual tenia tres intentos, donde durante una hora se debía responder diez preguntas que salían de la lectura asistida.

Al ser la lectura de las actividades extensa, el examen a realizar se volvía un poco difícil y de suma comprensión lectora a la hora de responder cada pregunta, donde la plataforma que genera las preguntas, juega con diferentes distractores en las respuestas, causando un poco de dificultad a la hora de su solución, creando así un logro a la hora de aprobar cada uno de los exámenes.

Importancia del diplomado

El diplomado en ecommerce trajo para mí, fomentar más los conocimientos vistos en la carrera de comunicación social y periodismo, generando unos conceptos de estrategias a la hora de desarrollar una marca, siendo este un tema de mucha importancia para quienes buscamos ejercer en el mundo de lo organizacional, puesto que nos instruye a conocer cuatro focos esenciales a en el mundo digital, donde cada uno de ellos nos enseñan métodos para crear una marca en el mundo del ecommerce, lo que se debe hacer en primera instancia, las múltiples herramientas que hoy en día existen, para poder medir nuestro público y optar por la opción correcta según nuestros ideales y metas, saber que los métodos de pagos son casi uno de los primeros pasos que debemos tener, puesto que al usuario es necesario complacerlo y crear una confiabilidad que merece.

El darle la verdadera importancia a la innovación hará que nuestra marca sea tan exitosa como deseamos, pues en el desarrollo del curso cada uno de los docentes hizo énfasis en como hoy en día juega la tecnología a la hora de escoger un producto o marca, siendo este el llamado más fuerte de atención antes del producto que se ofrece, comprender como se mueve el mundo hoy y dejar atrás aquellos parámetros vanguardistas puede llegar a que cada uno de los comunicadores hoy en día sean generadores de empresas que muevan el mundo más adelante, y es que para crear una de ellas no se necesita de grandes inversiones económicas sino de mentales para suplir mediante la web todos los caprichos y necesidades que los usuarios buscan.

Conclusiones

Después de culminar el diplomado en ecommerce se logra entender las grandes necesidades que los comunicadores sociales y periodistas tiene sobre aprender de la importancia del comercio digital en la actualidad, siendo esta rama de nuestra carrera esencial, para logra general economía y beneficios a una marca propia o en la cual estemos trabajando.

Los diferentes puntos a tratar para logra el éxito de posicionamiento de una empresa, es fundamental para su desarrollo y productividad, puesto que el estar actualizados de los diferentes cambios y ejecutarlos, hará que logremos nuestro objetivo de manera más rápida y con mejores resultados.

El reconocimiento de nuevos saberes en cuento a estrategias y métodos de generar una marca, abren las puertas para poder ofrecer este conocimiento a las empresas que deseamos postular posteriormente al terminar nuestra carrera universitaria, ligándonos a estar comprometidos con los avances y nuevos métodos de ejecución sobre el tema.

El poder haber compartido de estas clases con docentes de otros país, que han tenido la experiencia de trabajar en empresas multinacionales, lo llenan uno se emoción y ganas para poder lograr eso y mucho más, a parte se logra comprender el manejo de nuestra carrera en otro país, siendo esto un abrir de ojos para salir de limitaciones que nosotros mismos nos ponemos, el conocer nuevas culturas conlleva a reconocer mejor todo lo que nuestra carrera nos ofrece.

Bibliografía

<https://campus.eude.es/mod/scorm/player.php?a=5639¤torg=Netex&scoid=11855&sesskey=bBbtReIB0T&display=popup&mode=normal>

<https://campus.eude.es/course/view.php?id=20864#section-1>

<https://campus.eude.es/course/view.php?id=20863#section-1>

<https://campus.eude.es/mod/scorm/player.php?a=5638¤torg=Netex&scoid=11853&sesskey=bBbtReIB0T&display=popup&mode=normal>

<https://campus.eude.es/mod/scorm/view.php?id=505155>

<https://www.pragma.com.co/academia/conceptos/que-es-el-ecommerce-y-como-funciona>

<https://campus.eude.es/mod/folder/view.php?id=505158>

<https://www.actualidadecommerce.com/medios-de-pago-en-el-comercio-electronico/>

https://cadenaser.com/ser/2021/05/10/economia/1620632920_830517.html

<https://www.que.es/2022/02/21/espana-pais-europeo-pago-contactless/>

<https://www.minsaitpayments.com/>

<https://www.pwc.es/es/financiero/medios-pago-2025-mas-alla.html>

Evidencias



Actividad

Relaciona ambas columnas de manera correcta.

C2C	✓	Se ofrecen productos o servicios de consumidor a consumidor.
B2C	✓	Productos y servicios orientados al consumidor final.
B2B	✓	Estrategias orientadas a otras empresas.

Enhorabuena, así está correcto.

Reintentar Comprobar

Actividad

Selecciona "verdadero" o "falso" según cada caso.

El sector del e-Commerce español es actualmente el 10º de Europa.

Verdadero Falso

Entendemos e-commerce como la compra y venta de productos o servicios mediante el uso de medios electrónicos.

Verdadero Falso

Las principales razones para la compra online es fundamentalmente el precio con otros factores como la comodidad y la facilidad de compra como factores importantes.

Verdadero Falso

Efectivamente, has respondido de forma correcta, enhorabuena.

Has llegado al final del apartado.

Actividad

Selecciona de cada desplegable la opción que hace todo el enunciado correcto.

Entendemos la Multicanalidad como las herramientas y las técnicas que una empresa debe poner para combinar adecuadamente sus canales **Online** (tienda e-Commerce propio, emobile, marketplaces...) con sus canales **Offline** (tiendas físicas, call centers, distribuidores...) para poder ofrecer una **experiencia sincronizada** y similar independientemente de los canales utilizados.

Efectivamente, así es, enhorabuena.

Reintentar

Comprobar

Actividad

Señala cuáles de los siguientes son beneficios del purchase funnel (selecciona todos los que creas oportunos):

- Aumento del público objetivo.
- Favorecer el rendimiento operativo del e-commerce. ✓
- Eficiencia del esfuerzo de marketing. ✓
- Mejorar la actividad comercial del equipo comercial y de atención al cliente. ✓

Efectivamente, así es.

Reintentar

Comprobar

Selecciona "verdadero" o "falso" según cada caso.

La comunicación y el entretenimiento siguen siendo las principales acciones que realizamos a través de los smartphones.

Verdadero Falso

Una característica de la app web es que se puede acceder a ellas desde cualquier dispositivo móvil con navegador e Internet y funcionan en todos ellos.

Verdadero Falso

El tamaño de la pantalla no limita los contenidos que el usuario puede consumir.

Verdadero Falso

¡Enhorabuena! Así está todo correcto.

Reintentar

Comprobar

Selecciona "verdadero" o "falso" según cada caso.

La comunicación y el entretenimiento siguen siendo las principales acciones que realizamos a través de los smartphones.

Verdadero Falso

Una característica de la app web es que se puede acceder a ellas desde cualquier dispositivo móvil con navegador e Internet y funcionan en todos ellos.

Verdadero Falso

El tamaño de la pantalla no limita los contenidos que el usuario puede consumir.

Verdadero Falso

¡Enhorabuena! Así está todo correcto.

Reintentar

Comprobar



Efectivamente, así es.

Reintentar

Comprobar

Selecciona "verdadero" o "falso" según cada caso.

La complejidad del ecosistema y la falta de estándares en los formatos publicitarios supone una barrera importante para el desarrollo del sistema de medición.

Verdadero Falso

La medición de audiencias nos refleja datos acerca de la imagen de marca, la intención de compra, afinidad, etc.

Verdadero Falso

El CPL es el modelo de precio según el cual el anunciante paga una cantidad fija cada vez que se le envía un contacto cualificado.

Verdadero Falso

Efectivamente, así está todo correcto.

Reintentar

Comprobar

Actividad

Elige cuál de las siguientes Rs no es concepto básico en el análisis de KPIs (solo una no lo es).

- Rapidez.
- Reacción.
- Resonancia.
- Reach (alcance)
- Recomendación.



Efectivamente, así está correcto.

*Has llegado al final del apartado.
Para avanzar pulsa en la flecha de la derecha*

Resumen de sus intentos previos

Intento	Estado	Calificación / 10,00	Revisión
1	Finalizado Enviado: miércoles, 10 de mayo de 2023, 00:20	4,00	Disponible 10/06/2023 23:59
2	Finalizado Enviado: viernes, 12 de mayo de 2023, 04:13	3,00	Disponible 10/06/2023 23:59
3	Finalizado Enviado: domingo, 28 de mayo de 2023, 01:33	9,00	Disponible 10/06/2023 23:59

Su calificación final en este cuestionario es
9,00/10,00.

Resumen de sus intentos previos

Intento	Estado	Calificación / 10,00	Revisión
1	Finalizado Enviado: jueves, 25 de mayo de 2023, 03:33	5,00	

Calificación más alta: 5,00 / 10,00.

Reintentar el cuestionario

Calificación para aprobar: 5,00 de 10,00

Resumen de sus intentos previos

Intento	Estado	Calificación / 10,00	Revisión
1	Finalizado Enviado: jueves, 25 de mayo de 2023, 01:26	8,00	Disponible 10/06/2023 23:59
2	Finalizado Enviado: jueves, 25 de mayo de 2023, 02:11	10,00	

Calificación más alta: 10,00 / 10,00.

Reintentar el cuestionario

Resumen de sus intentos previos

Intento	Estado	Calificación / 10,00	Revisión
1	Finalizado Enviado: sábado, 27 de mayo de 2023, 00:13	4,00	Disponible 10/06/2023 23:59
2	Finalizado Enviado: sábado, 27 de mayo de 2023, 19:10	7,00	Disponible 10/06/2023 23:59

Calificación más alta: 7,00 / 10,00.

Reintentar el cuestionario

Análisis

- PROPUESTA DE VALOR
 - ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD
 - IMPLANTACIÓN DE LA IDEA
 - LANZAMIENTO
 - **IMPLANTACIÓN DE LA MEDICIÓN**
 - RESULTADOS
 - INFORMES JUSTIFICANDOLOS
- PROPUESTA DE VALOR
 - ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD
 - **COMO SE MIDE**
 - **DESARROLLO DE LA MEDICIÓN**
 - IMPLANTACIÓN DE LA IDEA
 - LANZAMIENTO + MEDICIÓN
 - APRENDIZAJE
 - NUEVAS IDEAS

