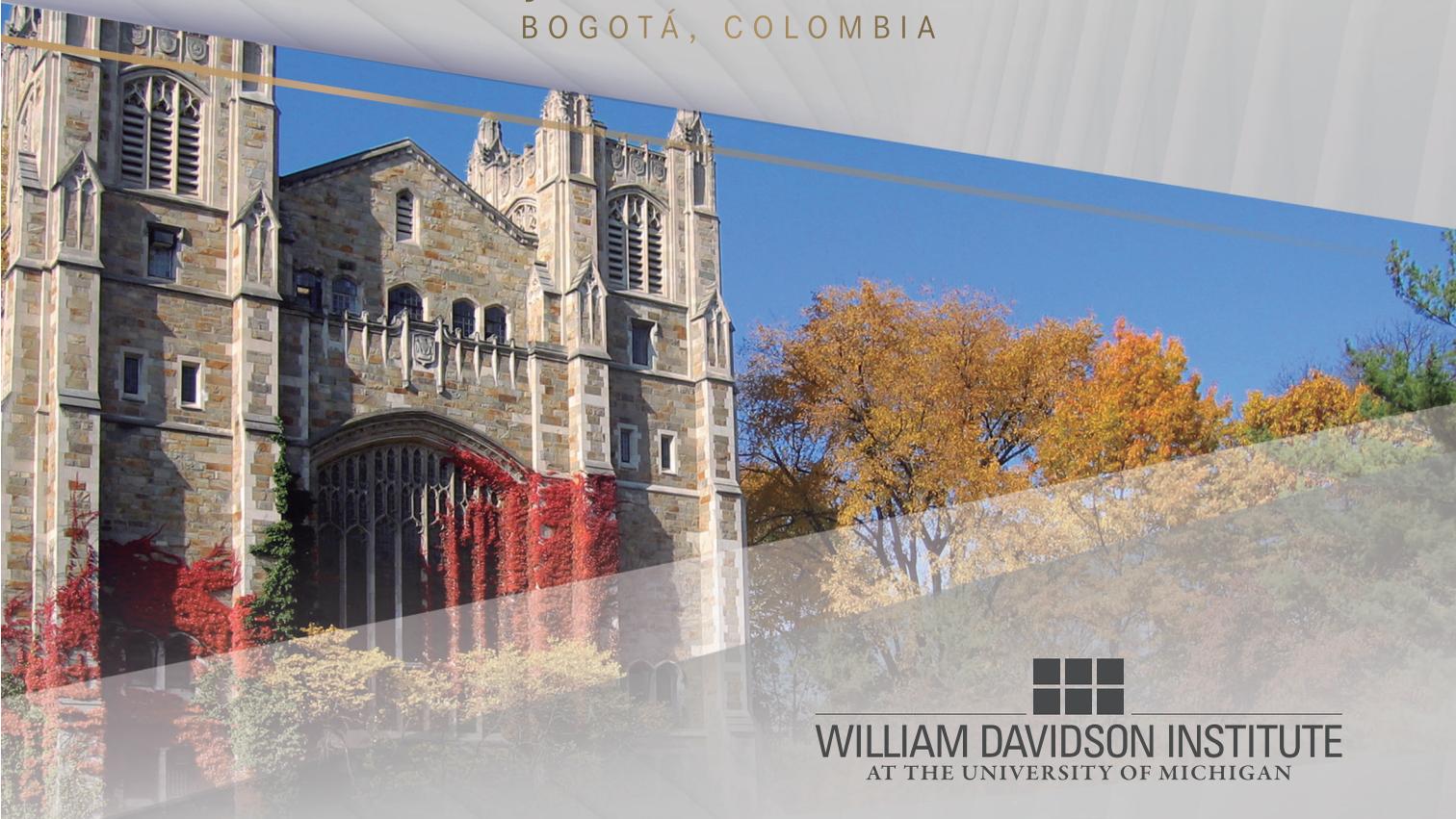


— SEMINARIO EJECUTIVO —

E-COMMERCE STRATEGY

Estrategias E-commerce

09 y 10 DE MAYO 2019
BOGOTÁ, COLOMBIA



WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE
AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN



MICHIGAN

VIVA LA EXPERIENCIA DE WILLIAM DAVIDSON
INSTITUTE AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN EN COLOMBIA

ACTUALIZACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO EJECUTIVO DE CLASE MUNDIAL

Distintos formatos de programas donde encontrará nuevas ideas y herramientas de aplicabilidad para potenciar sus competencias y habilidades.

35

AÑOS DE EXPERIENCIA EN
ACTUALIZACIÓN EJECUTIVA
A NIVEL MUNDIAL

MÁS DE

300 MIL

EJECUTIVOS HAN ASISTIDO
A LOS PROGRAMAS

LAS TOP

500

EMPRESAS SE CAPACITAN
CON NOSOTROS



Interacción directa
con reconocidos profesores
de las mejores universidades
del mundo.



Salones con la tecnología
más avanzada que permite
una clara exposición del
material académico.



Cuenta con traducción
simultánea en inglés y español
y material académico en
ambos idiomas.



HOTEL
CUMBRES
VITACURA

Fácil y rápido acceso,
en el corazón de Vitacura, con
estacionamiento liberado.



*Inspiring Your
Full Potential*

E-COMMERCE STRATEGY

Estrategias E-commerce

La comprensión de los procesos de compra del consumidor y sus datos asociados, es la clave para el éxito de las operaciones digitales. Entender cómo los clientes toman decisiones sobre productos y servicios, y, en particular, cómo utilizan la combinación de canales online y offline cuando investigan las ofertas de la compañía, es esencial para desarrollar una estrategia de e-commerce.

El objetivo de este curso es equipar a los participantes con los conocimientos necesarios para mejorar el rendimiento del comercio electrónico en sus organizaciones. El curso abordará los usos prácticos del mapeo del viaje del cliente (customer journey), el marketing de base de datos y la optimización de la tasa de conversión. En un formato altamente interactivo, los participantes podrán desarrollar planes de acción que puedan implementarse en asociación con los equipos de ventas y web.

■ BENEFICIOS PARA UD. Y SU EMPRESA:

- Comprenderá cómo los clientes toman decisiones sobre productos y servicios, y en particular cómo estos consumidores utilizan una combinación de canales online y offline cuando investigan las ofertas de la compañía.
- Identificará las causas comunes del abandono del carro de la compra y cómo mejorar la conversión de ventas de los visitantes del sitio web.
- Delineará objetivos claros para el rendimiento del comercio electrónico y garantizar que la empresa cuenta con las métricas adecuadas para evaluar el desempeño de la organización.
- Obtendrá herramientas para establecer planes de acción y potenciar el comercio electrónico.

■ ESTE PROGRAMA ESTÁ DIRIGIDO A:

- Gerentes de marketing, comercio electrónico, digital, medios sociales y ejecutivos responsables de la información del cliente o las comunicaciones de marketing personalizadas.
- Ejecutivos y líderes de organizaciones que operan en entornos de negocios online o multicanales.



WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE
AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN



MICHIGAN

WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE (WDI)

William Davidson Institute (WDI) en University of Michigan, desarrolla programas de educación gerencial en todo el mundo, que incluyen programas personalizados y de inscripción abierta para compañías locales y multinacionales. A través de su profundo conocimiento, experiencia y redes, WDI adapta programas de capacitación de vanguardia para satisfacer una variedad de necesidades. Desde 1992, WDI ha capacitado a 17,000 ejecutivos de más de 8,000 organizaciones en innumerables países. La relación de WDI con la University of Michigan le permite aprovechar las últimas ideas tanto en educación como en negocios.



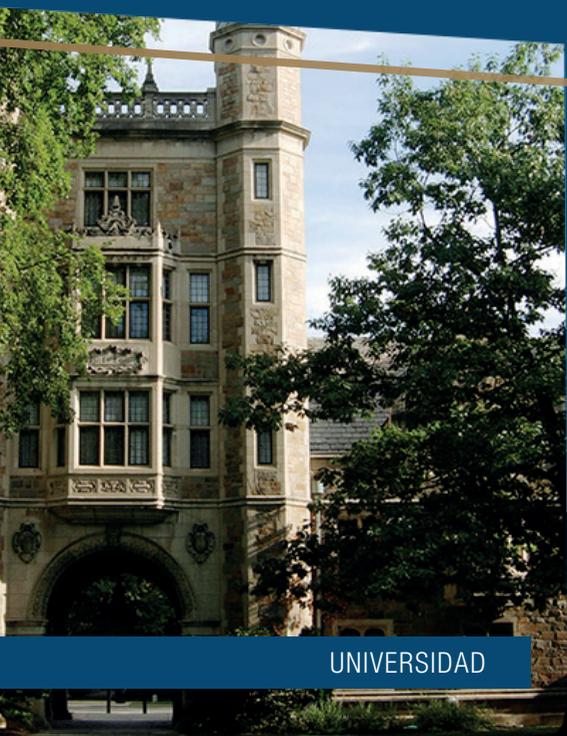
CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN
Emitido por William Davison Institute
y University of Michigan.

UNIVERSITY OF MICHIGAN

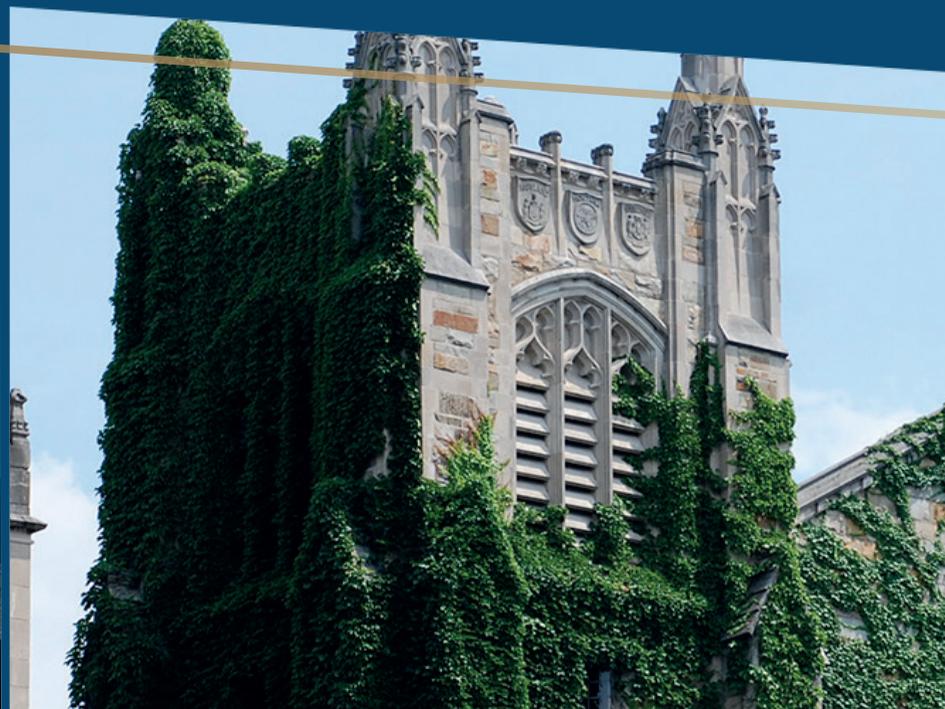
Con más de 90 años de experiencia en educación ejecutiva, es experta en integrar la vanguardia de los conocimientos con las exigencias competitivas del mercado. De esta manera, une la teoría y la práctica ayudando a transformar las organizaciones.

Considerada una de las facultades líderes en investigación en Estados Unidos, la escuela de negocios de la universidad cuenta con profesores de clase mundial; investigadores y académicos que ponen las ideas en acción y que inspiran a ejecutivos y profesionales con sus conocimientos y experiencia.

Sus profesores, con amplia experiencia internacional, profesional y académica, entregan a los participantes habilidades y metodologías para operar de forma efectiva en una economía de mercado globalizado.



UNIVERSIDAD



PROFESOR

DAVIDHART

PH.D. MARKETING



se centran en los principios de marketing relacional, como la lealtad del cliente y el comportamiento de quejas, así como la investigación en campos de mercadotecnia menos tradicionales, incluido el deporte y el sector sin fines de lucro.

■ EXPERIENCIA LABORAL Y CONSULTORÍAS

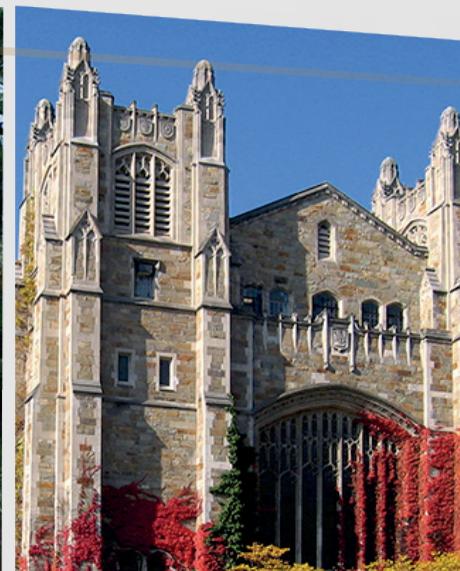
David es miembro de la Academia de Educación Superior, miembro del Chartered Institute of Marketing y miembro de Academy of Marketing. Previo a su desarrollo como académico, trabajó en agencias de liderando proyectos de consultoría en estrategias de marketing digital.

■ EXPERIENCIA ACADÉMICA

David es profesor y Director del Magister en Marketing de Newcastle Business School en Northumbria University; y profesor asociado en William Davidson Institute, University of Michigan, para sus programas de educación ejecutiva. Sus áreas de investigación

■ PREMIOS Y PUBLICACIONES

Su investigación más reciente (financiada por Marketing Trust) estudia el papel de la identidad nacional y el etnocentrismo caritativo en la toma de decisiones de los donantes hacia organizaciones benéficas locales, nacionales e internacionales



PROGRAMA DÍA 1	LUNES 09 MAYO
8:30 a 9:00	REGISTRO
SESIÓN 1 9:00 A 11:00	<p>MODELOS DEL NEGOCIO MULTICANAL Y CONSUMIDORES DIGITALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los modelos de negocios digitales y el papel de los modelos disruptivos, como la economía del intercambio. • Elementos a considerar al establecer objetivos para las empresas digitales. • Análisis sobre los diferentes comportamientos del consumidor en la era digital.
11:00 a 11:30	COFFEE & NETWORKING BREAK
SESIÓN 2 11:30 A 13:00	<p>BRAND PERSONAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo potenciar el uso de <i>brand</i> personas • Herramientas y elementos claves para crear segmentos de clientes. • Desarrollo de <i>brand</i> personas detalladas que puedan informar futuras comunicaciones.
13:00 a 14:10	NETWORKING LUNCH
SESIÓN 3 14:10 A 15:40	<p>CUSTOMER JOURNEY MAPPING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la naturaleza multicanal de los patrones de compra del cliente y el embudo de compra. • Herramientas para la producción de mapas visuales de los viajes típicos de los clientes e identificar puntos de contacto críticos. • Ejercicio grupal de mapeo de clientes.
15:40 a 16:00	COFFEE & NETWORKING BREAK
SESIÓN 4 16:00 A 17:30	<p>BASE DE DATOS DE MARKETING Y GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE (RELATIONSHIP MANAGEMENT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de los datos del cliente para los programas de observación de tendencias, personalización y fidelidad. • Análisis sobre los posibles impactos legales del uso de datos de clientes. • Caso de estudio: minería de datos y desarrollo de mensajes de campaña.

PROGRAMA DÍA 2	MARTES 10 MAYO
8:30 a 9:00	REGISTRO
SESIÓN 5 9:00 A 11:00	PRINCIPIOS DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y DISEÑO WEB <ul style="list-style-type: none"> • Relación entre experiencia del usuario y diseño web • Definición de los objetivos de los usuarios al visitar los sitios web de las empresas. • Evaluación crítica de la usabilidad de acuerdo con los principios de diseño web aceptados. • Ejercicio: análisis de sitios web comerciales en el área de retail.
11:00 a 11:30	COFFEE & NETWORKING BREAK
SESIÓN 6 11:30 A 13:00	ABANDONO DEL CARRO DE COMPRA Y OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Cuales son y cómo determinar las principales causas del abandono. • Herramientas para el desarrollo de un plan de acción que reduzca la fricción y sobrecarga cognitiva en la toma de decisiones del cliente. • Discusión de caso: ¿Qué significa la reducción de costos en un negocio diferenciado? • Ejercicio individual: Plan de desarrollo para la optimización de la tasa de conversión.
13:00 a 14:10	NETWORKING LUNCH
SESIÓN 7 14:10 A 15:40	E-COMMERCE: INTEGRACIÓN DE MARKETING, VENTAS Y LOGÍSTICA. <ul style="list-style-type: none"> • Cómo integrar las consideraciones logísticas en las ventas online. • Mejores prácticas para mantener el contacto con el cliente después del punto de compra. • Ejercicio grupal: Conocer las prioridades y tensiones entre departamentos.
15:40 a 16:00	COFFEE & NETWORKING BREAK
SESIÓN 8 16:00 A 17:30	MÉTRICAS DIGITALES <ul style="list-style-type: none"> • Métricas utilizadas para evaluar diversos objetivos de marketing. • Desarrollo del plan de acción de métricas individuales.

E-COMMERCE STRATEGY

Estrategias E-commerce

VIVA LA EXPERIENCIA DE WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN EN COLOMBIA



CUPOS LIMITADOS

VALOR INDIVIDUAL



USD 1800

GRUPO CORPORATIVO

3 a 5 Ejecutivos



USD 1635

MESA CORPORATIVA

6 a más Ejecutivos



CONSULTE POR VALORES
PREFERENCIALES

*A estas tarifas se les debe adicionar el 19 % de IVA

*Valor por persona para pase de tres a cinco ejecutivos.

Anulaciones : vía email hasta 5 días hábiles antes del inicio del seminario, en caso contrario, se facturará el cupo respectivo.

CONVIERTA SU EQUIPO DE TRABAJO EN UN HIGH PERFORMANCE TEAM

Optimize el rendimiento de sus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa. Esta dinámica fomenta un mejor trabajo en equipo, potencia los talentos, la motivación y relaciones interpersonales que se traducen en ventajas frente a la competencia. Incremente el ROI sobre sus iniciativas de actualización y perfeccionamiento ejecutivo.



Empresas que apoyan el desarrollo ejecutivo en Colombia



Portal virtual exclusivo de apoyo al programa.



Certificado emitido por WDI - University of Michigan.



www.seminarium.com



[/seminariumco](https://www.facebook.com/seminariumco)



[/seminarium-colombia](https://www.linkedin.com/company/seminarium-colombia)



[@seminariumco](https://twitter.com/seminariumco)