

E-commerce en Marketplaces

ESTRATEGIAS DE MERCADO LIBRE PARA
VENEDORES Y PYMES

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
ANDRÉS JARA WERCHAU

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
8 CLASES

CURSADA
MIÉRCOLES DE 18 A 20H

MODALIDAD DE CURSADA
ONLINE

En el mundo moderno atravesado por una pandemia, el e-commerce se convirtió en el único canal de ventas con crecimientos exponenciales y se posicionó como la fuente de subsistencia de muchos negocios y marcas. El 50% del e-commerce del mundo se concentra en marketplaces como Mercado Libre. Estos grandes concentradores de demanda (y de ventas) tienen dinámicas internas que, si uno las entiende, permiten vender sin complicaciones y muy rentablemente.

En este curso proponemos estudiar en profundidad las dinámicas de Mercado Libre para aprender a dominarlas e implementar un proceso estratégico y sustentable de ventas dentro de dicho espacio.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | MARKETPLACES

- › E-commerce.
- › Qué es un marketplace.
- › Marketplace como sistema cerrado.
- › Tipos de marketplace.
- › Marketplace vs. tienda propia.
- › Etapas y complemento.

MÓDULO 2 | MERCADO LIBRE Y SUS REGLAS I

- › Metodología y alcance del análisis.
- › Análisis del contexto, análisis de los pares y análisis propio.
- › Características.
- › Fulfillment.
- › Flex.

MÓDULO 3 | MERCADO LIBRE Y SUS REGLAS II

- › Catálogo.
- › Preguntas.
- › Envíos.
- › Pagos.
- › Publicidad.
- › 60% de la venta viene de mobile.
- › Categorías con la venta concentrada en vendedores normales.
- › Categorías saturadas.
- › Tiendas oficiales.

MÓDULO 4 | DINÁMICAS

- › Reglas y dinámicas.
- › Dinámicas de marketplace.
- › Demanda. Oferta. Venta.
- › Saturación.
- › Rentabilidad.
- › Reputación.
- › Posicionamiento.
- › Estacionalidad.
- › Crecimientos relativos.

MÓDULO 5 | PROCESOS DE VENTAS

- › Proceso de decisiones de un vendedor.
- › Proceso de venta.
- › Compra.
- › Demanda insatisfecha.
- › Demanda satisfecha de baja calidad.
- › Posicionamiento.
- › Venta (conversión).
- › Eficiencia de conversión.
- › Entrega.
- › Cobranza.
- › Reputación.
- › Regla 80/20.
- › Ticket mayor, mayor rentabilidad.

MÓDULO 6 | MARKET RESEARCH

- › Salud de las categorías y su ciclo.
- › Rentabilidad.

MÓDULO 7 | ESTRATEGIA Y MEDICIÓN

- › Estrategia y operación.
- › Inversión necesaria.
- › Medición y benchmarking.

MÓDULO 8 | EL VENDEDOR IDEAL DE MERCADO LIBRE

- › Ciclos de aprendizaje.
- › Empowerment: características.
- › Los errores más comunes de un vendedor.
- › Casos de estudio.

MARKETING Y VENTAS

METODOLOGÍA

Exposiciones teóricas con ejercicios prácticos en investigación de mercado, detección de oportunidades y análisis de casos reales sobre Nubimetrics.

AUDIENCIA

Este curso está orientado a comerciantes sin experiencia en el mundo online que quieran empezar a vender en Mercado Libre, a vendedores profesionales de Mercado Libre con experiencia, a consultores de Mercado Libre y a *e-commerce managers*.

CUERPO DE PROFESORES

Andrés Jara Werchau.

CEO y cofundador de Nubimetrics. Ingeniero en Informática, Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino. Posgrado en Comportamiento Organizacional, Universidad de Belgrano. Emprendedor desde los 14 años, fundó a los 17 años el primer proveedor de internet de Jujuy. Ganador de la Competencia NAVES del IAE y Startup Brasil. Primera empresa en recibir coinversión de Mercado Libre Fund junto con Telefónica. | **Juliana Vital.** Global Chief Revenue Officer en Nubimetrics. MBA con más de 17 años de experiencia en prestigiosas compañías. Especialista en Growth Machine, viene desarrollando el mercado digital en toda América Latina con estrategias data driven. | **Camilla Grigoletto.** Head of Customer Success en Nubimetrics. Cuenta con 15 años de experiencia, 8 de ellos centrados en Customer Success y Experience, pasando desde la atención a grandes marcas hasta el desarrollo de estrategias de equipo. | **Sol Sanchez.** Head of Sales en Nubimetrics. Formada en ventas enterprise, tiene más de 10 años de experiencia en el desarrollo en áreas comerciales en empresas líderes de de market research ayudando a las compañías a potenciar sus negocios a través de la inteligencia de mercado. | **Gabriela Spasaro.** Head of Customer Education en Nubimetrics. Lic. en RRPP y Comunicación Institucional, UADE. Especializada en Gestión de Proyectos de Tecnologías de la Información, ORT Argentina. | **Federico Bruno Rizzo.** Analyst of Customer Education en Nubimetrics. Lic. en Ciencias de la Comunicación, UADE.

Informes

📞 (+54 911) 3919 0747

📞 (+54 11) 5169 7342

✉️ admisiones_negocios@utdt.edu