Στελέχη Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Υποστήριξης e-shops

Αναλυτική περιγραφή του προγράμματος

Σκοπός προγράμματος

Ο σκοπός του παρόντος υλικού με θέμα "Στελέχη Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Υποστήριξης e-shops" είναι να προσφέρει στους εκπαιδευομένους μια ολοκληρωμένη και εξειδικευμένη εκπαίδευση στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου και της υποστήριξης e-shops. Στόχος είναι να τους εξοπλίσει με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την κατανόηση του καταναλωτικού περιβάλλοντος, των σύγχρονων τάσεων στον κλάδο ΚΕΥΔ και της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Μέσω αυτής της εκπαίδευσης, οι εκπαιδευομένοι θα μάθουν να εφαρμόζουν στρατηγικές neuromarketing, να χρησιμοποιούν εργαλεία έρευνας μάρκετινγκ και να δημιουργούν αποδοτικές στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ και ηλεκτρονικών πωλήσεων, εστιάζοντας στις τεχνολογίες web, το SEO, το SEM και τα web analytics.

Περιγραφή προγράμματος

Το παρόν υλικό με θέμα "Στελέχη Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Υποστήριξης e-shops" παρέχει μια πλήρη και εξειδικευμένη προσέγγιση στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου και της υποστήριξης e-shops. Στο βιβλίο αυτό, οι εκπαιδευομένοι θα εξετάσουν το καταναλωτικό περιβάλλον και τις σύγχρονες τάσεις στον κλάδο ΚΕΥΔ, την ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, τις στρατηγικές neuromarketing και τα εργαλεία έρευνας μάρκετινγκ. Επιπλέον, θα καλύψουμε τις βασικές αρχές του ψηφιακού μάρκετινγκ, τις στρατηγικές διαφημίσεων και το branding, ενώ παράλληλα θα μελετήσουμε τη σημασία του CRM, της αυτοματοποίησης του μάρκετινγκ και των νομικών κανονισμών όπως ο GDPR. Θα αναλύσουμε επίσης τις τεχνολογίες web για e-commerce, τις στρατηγικές SEO και SEM, καθώς και την αξιολόγηση μέσω web analytics, παρέχοντας στους εκπαιδευομένους τις γνώσεις για να δημιουργήσουν και να εφαρμόσουν επιτυχημένες στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ και ηλεκτρονικών πωλήσεων.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του υλικού, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να κατανοήσουν πλήρως το καταναλωτικό περιβάλλον της διαδικτυακής εποχής και να αναγνωρίσουν τις σύγχρονες τάσεις στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα αποκτήσουν ικανότητες στην ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και στη χρήση στρατηγικών neuromarketing για τη βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη. Επίσης, θα έχουν την ικανότητα να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν αποτελεσματικές στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, διαφημιστικών καμπανιών, καθώς και να χρησιμοποιούν εργαλεία CRM και αυτοματοποίησης μάρκετινγκ για την ενίσχυση της σχέσης με τους πελάτες. Τέλος, θα κατανοούν τη σημασία των νομικών κανονισμών όπως ο GDPR και θα είναι ικανοί να αξιολογούν και να βελτιώνουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ μέσω web analytics.

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Σκοπός Προγράμματος

Σύντομη Περιγραφή Προγράμματος

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 1η

Καταναλωτικό περιβάλλον για τη γενιά του διαδικτυακού τρόπου ζωής

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

1.1. Καταναλωτικό περιβάλλον για τη γενιά του διαδικτυακού τρόπου ζωής

1.2 Το νέο περιβάλλον αγορών στους τομείς ΚΕΥΔ (Κλάδος Εμπορίου και Υπηρεσιών Διαδικτύου)

1.3. Συμπεριφορά καταναλωτή

1.4. Neuromarketing για εμπειρία χρήστη

1.5. Έρευνα μάρκετινγκ και καταναλωτών - Ανάλυση ανταγωνιστών

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Θέμα Εργασίας

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 2η

Ψηφιακές Επικοινωνίες και Κοινωνικά Μέσα στον Κλάδο ΚΕΥΔ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

2.1. Ψηφιακή επικοινωνία - Νέα κανάλια, νέοι κανόνες

2.2. Βασικά Στοιχεία και Στρατηγικές για Μια Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια

2.3. Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και Branding στη Βιομηχανία της Μόδας

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Θέμα Εργασίας

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 3η

E-marketing και ηλεκτρονικές πωλήσεις του κλάδου ΚΕΥΔ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

3.1 E-merchandising

3.2. Η Σημασία του CRM

3.3. Αυτοματοποίηση του Μάρκετινγκ - E-mail Μάρκετινγκ

3.4. GDPR και Προστασία Δεδομένων

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Θέμα Εργασίας

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 4η

Τεχνολογίες Web για ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), μάρκετινγκ και online πωλήσεις για επιχειρήσεις ΚΕΥΔ Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

4.1 Τεχνολογίες Web για ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), μάρκετινγκ και online πωλήσεις για επιχειρήσεις ΚΕΥΔ

4.1 Digital Marketing Στρατηγική

4.2 Content Marketing Στρατηγική

4.3 SEO (Search Engine Optomization) - SEM (Search Engine Marketing)

4.4 Web Analytics για αξιολόγηση της στρατηγικής

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Θέμα Εργασίας

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 5η

Στρατηγικές Ψηφιακού Μάρκετινγκ και Δραστηριότητες Ηλεκτρονικού Εμπορίου στον Κλάδο ΚΕΥΔ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

5.1. Στρατηγικές Ψηφιακού Μάρκετινγκ στον Κλάδο ΚΕΥΔ

5.2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Εξυπηρέτηση Πελατών

5.3. B2B και B2C

5.4. Ιστότοποι και Διαδικτυακά Καταστήματα

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Θέμα Εργασίας

Βιβλιογραφία

Παράρτημα –Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης