

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Identificar los aspectos necesarios para la creación, desarrollo y gestión de negocios online: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional, así como dominar los aspectos más operativos y fundamentales de dinamización. - Desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico. - Definir la mejor estrategia para poner en marcha un negocio online. - Definir la mejor estrategia para construir adecuadamente una página web enfocada al comercio electrónico. - Detectar los principales aspectos de la normativa jurídica española que afectan al desempeño del comercio electrónico. - Definir adecuadamente el modelo de negocio y elegir la forma de financiación más adecuada. - Saber poner en práctica las principales estrategias de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. - Poner en práctica nuevas técnicas de marketing online para fidelizar a la clientela y, en consecuencia, aumentar las ventas. - Saber identificar las principales características del comercio internacional y cómo aprovecharlas a la hora de gestionar un negocio online. - Adquirir conocimientos sobre las principales características, estrategias y retos de la logística aplicada al comercio electrónico, para trasladarlas a la gestión de un e-Commerce. - Conocer las características de los principales métodos de pago electrónicos y aplicarlos a los negocios online. - Impulsar un comercio electrónico a través de los e-Marketplaces.

CONTENIDOS

Cómo planificar y desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico Introducción. Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias. Modelos de negocio de comercio electrónico. DAFO. Comercio electrónico español. Segmentación de e-consumidor: perfiles, análisis cluster, Google Analytics, valoración económica y análisis de la demanda. Estrategias de mercado/producto: desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo. Factores críticos de éxito en el comercio electrónico. Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta. Marketing mix: política de producto, distribución, promoción y precio. Cuadro de mando integral en negocios online. Resumen. Puesta en marcha: ¿cómo crear o adaptar un negocio online (I): back-end Introducción. Estructura tecnología: modelo de tres capas. Diseño del work-flow e integración de sistemas. La importancia de la palabra facturación y cobro. Servicio de atención al cliente: CRM, Contact Center, marketing inverso, servicio posventa. Tracking. Caso real: ya.com. Resumen. ¿Cómo construir una website de éxito en comercio electrónico (II): front-end Introducción. Catálogo y =Contenidos:= verificación, procesado, herramienta de catálogo. Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end. Flujos de caja y financiación. Zonas calientes. Mapas de calor. Zona de usuario. Carrito de la compra. Resumen. Aspectos jurídicos en el comercio electrónico Introducción. LOPD. Impuestos indirectos. LSSI. Resumen. Financiación de proyectos de comercio electrónico Introducción. Idea de una idea. Business plan y plan comercial. Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismos. Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles? Puesta en marcha.es reportando los resultados. SC Ventas 66677. Contenidos de pago. Productos digitales: cómo se venden. Técnicas de venta online. De lo gratuito al pago por visualización. Descarga, real media, TV internet, Second Life, etc. ¿Web 3.0 com

olución? Resumen Acciones de captación enfocada a comercio electrónico Introducción. Política de captación: ¿solo branding? Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online. Herramientas más eficaces: email marketing, SEM, SEO, afiliación, campañas en sites afines, etc. Resumen. Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes Introducción. Creación de programas de fidelización eficaces. Programas de éxito online. Redes de afiliación propias: ¿cómo construirlas? Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos, etc. ¿Cuál es más eficaz? Resumen. Cómo realizar comercio electrónico internacional Introducción. Características del cliente por países: ¿dónde vendemos más? ¿Qué vendemos? Medios de pago internacionales. Legislación por países: impuestos directos e indirectos aplicables. Nueva normativa europea. Procesos de reclamación y atención al cliente internacional. Exportación de productos. Distribución internacional. Resumen. Cómo gestionar la logística y fulfillment en el comercio electrónico Introducción. Importancia de la logística en el comercio electrónico. El transporte urgente aplicado al comercio electrónico. Cómo elegir al mejor proveedor de transporte urgente para un e-Commerce. Gestión de los datos. Gestión con proveedores y sala de producción. Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa. Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos. Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales. Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico. La logística aplicada al comercio electrónico. Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido. Información de seguimiento vía internet. Resumen. Seguridad en los medios de pago online Introducción. Sistemas de pago no integrados. Sistemas de pago integrados - pasarela de pagos. Tarjetas de crédito: banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio. 3D Secure. Internet Mobile Payment. Modelos de negocio de los diferentes actores. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil. Resumen. Comercio electrónico en un entorno B2B Introducción. Modelos de negocio de los e-Marketplaces. Agregadores horizontales/verticales. De catálogos a e-catálogos. Resumen.