

Modalidad: curso e-Learning Duración: 90 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

- Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes. Utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico. - Planificar y tener en cuenta todo lo que nos ofrece la Web 2.0, la red como una fuente de información fundamental, la administración y la banca electrónica, la búsqueda de alianzas y la perspectiva del cliente desde el planteamiento del comercio electrónico. - Conocer el entorno digital alrededor del comercio electrónico y su marca que favorezca el aumento constante de los clientes. - Distinguir las acciones de las herramientas del marketing 2.0 para lanzar y mantener un negocio. - Conocer las redes sociales que utilizar para captar y fidelizar clientes en el comercio electrónico. - Descubrir las diferentes fórmulas para crear ingresos en el comercio electrónico.

## CONTENIDOS

Minimizar costes Introducción. Minimizar costes. Web 2.0 + mundo online: Los principios de la Web 2.0 La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance. "Digitalizando" una empresa: un mundo integrado, no paralelo Ahorra en tiempo: La red como fuente de información. Localizar partners, colaboradores y proveedores. Evitar las esperas: administración electrónica. Banca electrónica: gestiones habituales. No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad): En los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre. En las comunicaciones: voz IP, videoconferencias, fax, PC-PC, WhatsApp... Otras ideas. Clientes contentos, menos reclamaciones: Atención al cliente online: e-mail, chat, Social CRM. Los foros y su empleo como herramienta de asistencia. Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta. Resumen. Aumentar los posibles clientes (Marketing 2.0) Introducción. ¿Crear una página? No siempre...: Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales ¿Crear una página? Trasladar lo tradicional a internet: Performance marketing (coste según resultados). Display (Publicidad gráfica en la red). E-mail Marketing. Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago). Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido). Analizar, analizar y analizar. Pensar "para" la web: Producto + precio + plaza + promoción. Contenido + contexto + conexión + comunidad. Herramientas sí... Pero no todas para todo: eProduct marketing. eResearch. ePricing. ePromotion. eAudit. eCommerce. eAdvertising. eBranding. Trade Marketing. eCommunication. Resumen. Presencia en las redes sociales Introducción. Que hablen de nosotros: Del Plan de Marketing al Social Media Plan. Cómo difundir una idea en la red. Blogs y microblogs (eventos para blogueros) Marketing viral. Redes sociales. Formatos publicitarios en redes sociales. Que hablen bien de nosotros: ¿En qué espacios quiero (y debo) estar? Gestión de un proyecto en redes sociales. Monitorización y reputación. Detección y resolución de crisis 2.0. Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0. Resumen. Crear ingresos (comercio electrónico) Introducción. Soluciones antes de crear una tienda virtual: ¿Qué vas a vender? ¿Cuál es tu nicho de mercado? ¿Cuál es tu plan de negocio? Los sitios de afiliación y descuento. Market Place

Quiero una tienda...: Coste de la tienda: SaaS (tiendas en la nube), Open source (código abierto), soluciones a medida. Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa. Mejorar el proceso de cobro: Pedido y facturación online. Medios de pago offline: contra reembolso, transferencia, domiciliación bancaria. Medios de pago online: tarjetas, Paypal. Lo último, pago por móvil. M-Commerce: Comercio mediante móvil. Aspectos legales: Obligaciones en materia de proyección de datos de carácter personal. Uso de cookies. Contratación online. Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc. Resumen.