

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Aplicar técnicas de posicionamiento de páginas web a la hora de emprender un negocio, tanto las correspondientes al posicionamiento natural o SEO, como la creación de campañas de publicidad online (SEM), a la vez que aprender a ejecutar acciones que hagan que un nuevo negocio se sitúe entre los primeros puestos en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, MSN y otros buscadores, y obtener los conocimientos básicos para diseñar una web 3.0 como estrategia para dar mayor presencia a un negocio. - Abordar la construcción de conocimientos básicos para el diseño de páginas web para empresas de nueva creación o ideas de emprendimiento, con el fin de que el negocio cuente con una buena presencia online. - Adquirir técnicas y conocimientos esenciales para la adecuada gestión en el posicionamiento de la web, que, unido a la puesta en marcha de estrategias de marketing, impulse el negocio a las primeras posiciones de búsqueda de resultados en los principales buscadores de internet. - Abordar los conocimientos necesarios para llevar a la práctica, como emprendedor de un negocio con presencia online, los análisis necesarios para valorar las respuestas de los usuarios a la propuesta empresarial, además de adquirir conocimientos de gestión en el diseño del sitio web del negocio.

CONTENIDOS

Cómo posicionar páginas web cuando se emprende un negocio Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación: Buscadores y directorios. Relevancia de los resultados. Tráfico cualificado. Técnicas penalizables de posicionamiento. Palabra clave: La importancia de las palabras clave. Analizar el tráfico que recibe el sitio web. Las etiquetas meta. Enlaces (I): Enlaces internos. Conseguir enlaces externos. Alta en directorios. Enlaces (II): Marcadores sociales. Intercambio de enlaces. Enlaces que penalizan. Mapa de sitio (Sitemap). Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa: Imágenes. Flash. La librería SWFObject. El archivo robots.txt. El emprendedor como analista web: cómo diseñar una web y medir el tráfico con Google Analytics Diseño y usabilidad de la página web del nuevo negocio online: Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida. Prácticos: aplicaciones de software disponibles. Caso real: Virtual Shop. Estructura del negocio online: Backoffice y Frontoffice. Caso real: concepción de un negocio online. Caso práctico resuelto. Gestión de blog corporativo: Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente. El blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc. Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso. Cómo crear un blog con WordPress, paso a paso. Caso práctico resuelto. Marketing 3.0: Value Management: prepararse para el marketing 3.0. Co-Creation: el cliente como creador del producto. Comunidades 3.0: comunicación cliente-cliente. Creación de campañas de comunicación en la web semántica. Ejemplo real: nuestra marca y su ADN social. Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica 3.0.

