



Gestión de los negocios online 2.0.

Gestión de los negocios online 2.0.

Duración: 210 horas

Modalidad: OnLine

OBJETIVOS

- Comprender y aplicar los conocimientos técnicos propios de la actividad de un negocio online relativos a la planificación, logística, marketing, servicio, tecnología y comunicación.
- Abordar aspectos básicos para el desarrollo de una idea de emprendimiento basada en el negocio online para que pueda traducirse en un proyecto sólido y confiable que, tras su análisis, permita poner en marcha dicha idea inicial.
- Saber desarrollar un plan de negocios online aplicando todos los requisitos que conforman la técnica y el procedimiento para llevarlo a cabo y que seguidamente sirva como guion principal para la actividad.
- Comprender los beneficios que reporta al negocio online, como contar con una web correctamente diseñada y obtener las recomendaciones para que esta sea mucho más usable para el visitante.
- Adquirir los conocimientos necesarios para implementar en un e-Commerce un sistema de transacciones de ventas online con garantías de seguridad.
- Entender la importancia y el alcance que tiene la logística de un negocio online, haciendo especial énfasis en las modalidades de almacenaje de los artículos y la distribución de productos adquiridos por los consumidores desde internet.
- Adquirir técnicas y conocimientos básicos para la optimización de la página web como medida de impulso del negocio online y que esta ocupe las primeras posiciones de búsqueda de resultados en los principales buscadores de internet.
- Obtener conocimientos específicos sobre el procedimiento para alcanzar el posicionamiento en el mercado objetivo de un negocio online y obtener un ratio de conversión mediante el marketing en buscadores.

- Entender el contexto actual en el que se sitúa el e-marketing para impulsar promocionalmente un comercio online y que este se vea nutrido constantemente de tráfico cualificado para aumentar el volumen de negocio.
- Saber afrontar correctamente la gestión de las relaciones con los consumidores desde la perspectiva digital, para poder ofrecer un servicio de atención al cliente de calidad.
- Tomar conciencia de la estrecha relación entre la innovación tecnológica y el desarrollo evolutivo de un e-Commerce, y reconocer los diferentes canales de comunicación online que proporcionarán nuevas entradas de leads.
- Aprovechar el potencial que ofrecen las redes sociales para nutrir al negocio online de clientes, y crear una estrategia de branding en redes sociales.
- Abordar los elementos básicos para la gestión efectiva de un blog corporativo como estrategia de marketing de contenidos para un comercio online.
- Conocer, dentro del marco de las relaciones con los clientes, cómo el marketing orienta sus estrategias para la aproximación entre consumidores y negocios para el establecimiento de relaciones comerciales de alto valor.
- Adquirir conocimientos esenciales para saber gestionar eficazmente un comercio online a través del análisis y la medición del sitio web por medio de los indicadores del negocio.
- Abordar los requisitos legales necesarios para poder llevar a cabo el inicio de la actividad de un negocio en internet.

CONTENIDOS

1. El desarrollo del negocio online

- 1.1 Cómo iniciar un proyecto de negocios online
- 1.2 El análisis de la solidez del futuro del negocio online
- 1.3 Objetivos: ¿tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
- 1.4 Riesgos antes de comenzar con el negocio online
- 1.5 Casos de éxito: negocios que funcionan en internet

2. Cómo desarrollar un adecuado plan de negocios online

- 2.1 Online Business Plan
- 2.2 Resumen ejecutivo
- 2.3 Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial
- 2.4 Especificación del producto o servicio
- 2.5 Requerimientos humanos y tecnológicos
- 2.6 Organización interna del negocio online
- 2.7 Desarrollo del plan de marketing estratégico
- 2.8 El plan económico-financiero
- 2.9 Timing de implantación del negocio online

3. Diseño y usabilidad de la página web del negocio online

- 3.1 Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
- 3.2 Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida
- 3.3 Prácticos: aplicaciones de software disponibles

- 3.4 Caso real: Virtual Shop
- 3.5 Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice
- 3.6 Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.
- 3.7 Diseño y usabilidad de la página web
- 3.8 Consejos para el diseño web

4. Seguridad en las transacciones de venta online

- 4.1 Requerimientos de seguridad en la venta online
- 4.2 Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse
- 4.3 Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago
- 4.4 Adquirir un certificado de seguridad digital
- 4.5 Cumplir con la legislación vigente: protección de datos

5. La logística de un negocio online

- 5.1 Identificación de las necesidades logísticas del negocio online
- 5.2 La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto
- 5.3 Caso real: elegir un sistema de información logístico
- 5.4 La gestión de las relaciones con las empresas de transporte
- 5.5 La posibilidad de externalizar los servicios de logística
- 5.6 Caso de éxito: la logística en un negocio online

6. Posicionamiento SEO de la página web

- 6.1 Claves para el posicionamiento SEO de la página web
- 6.2 Definición de la estrategia de posicionamiento SEO
- 6.3 Cómo elegir un buen profesional analista SEO
- 6.4 Aplicación de los principios del SEO al negocio online

7. Marketing en buscadores o SEM

- 7.1 Posicionamiento del negocio online a través del SEM
- 7.2 Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo
- 7.3 Aplicación y uso del Google AdWords para el posicionamiento de la web
- 7.4 Cómo contratar una campaña SEM con Google AdWords

8. Cómo promocionar el negocio online: atraer tráfico a la web

- 8.1 El Plan de marketing online
- 8.2 Cuánto debemos invertir en promoción online
- 8.3 Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail marketing
- 8.4 La gestión práctica de una campaña de banners
- 8.5 Participar en los programas de afiliados
- 8.6 Cuando recurrir a las agencias de publicidad online

9. Ofrecer el mejor servicio de atención al cliente

- 9.1 Conseguir la fidelidad del cliente hacia el negocio online
- 9.2 Caso real: sistemas de e-CRM actuales
- 9.3 Dar soporte a la atención al cliente en el negocio online
- 9.4 Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas

10. Tecnología, comunicación online y redes sociales

- 10.1 Adaptarse al rápido avance de las tecnologías
- 10.2 Redes sociales actuales y tendencias futuras
- 10.3 Redes sociales genéricas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, etc.
- 10.4 Redes sociales específicas: Flickr, Google Maps, YouTube, etc.
- 10.5 Nuevos dispositivos de comunicación: smartphones, tabletas, etc
- 10.6 Otras redes sociales: Foursquare, Facebook Places, Gowalla, etc.
- 10.7 El futuro de las tecnologías y de la comunicación online
- 10.8 Evolución hacia la web

11. Captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales

- 11.1 Branding en redes sociales
- 11.2 Orientar una página de Facebook a la captación de seguidores
- 11.3 Gestionar un perfil en Twitter y convertirse en referente
- 11.4 Aprovechar el potencial de Google Plus
- 11.5 Estar en otras redes sociales temáticas: YouTube, Flickr, etc.
- 11.6 Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la geolocalización
- 11.7 Social Shopping: cómo vender a través de redes sociales

12. Gestión de blog corporativo

- 12.1 Coste y requerimientos para el desarrollo de un blog corporativo
- 12.2 Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del blog
- 12.3 Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente
- 12.4 El blog en la estrategia online del hotel: Facebook Connect, etc.
- 12.5 Ejercicio práctico: cómo crear un blog con Blogger, paso a paso
- 12.6 Ejercicio práctico: cómo crear un blog con WordPress, paso a paso

13. Marketing

- 13.1 Value Management: prepararse para el marketing
- 13.2 Co-Creation: el cliente como creador del producto
- 13.3 Comunidades: comunicación cliente-cliente
- 13.4 Creación de campañas de comunicación en la web semántica
- 13.5 El impacto del marketing en la estrategia de la empresa
- 13.6 Sostenibilidad y responsabilidad social en el nuevo marketing
- 13.7 Ejemplo real: nuestra marca y su ADN social
- 13.8 Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica

14. Análisis y estadísticas

- 14.1 Cómo controlar el negocio online de forma eficaz
- 14.2 Análisis de los indicadores de información general
- 14.3 Caso práctico: uso de Google Analytics para la medición de la web
- 14.4 Evaluación de la reputación de la marca en internet
- 14.5 El cuadro de mando del negocio online
- 14.6 Otras aplicaciones de medición de tráfico
- 14.7 Ejercicio práctico: aplicación del cuadro de mando

15. Requisitos legales en la actividad de un negocio online

- 15.1 La sociedad y la forma legal más adecuada
- 15.2 La gestión de la protección de datos
- 15.3 Las condiciones de contratación
- 15.4 Servicios de la Sociedad de la Información y el comercio electrónico
- 15.5 Ley de Ordenación del Comercio Minorista

