

## Gestión de los negocios online 2.0. ADGD124PO



### 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 y estructura del curso

1. El desarrollo del negocio online.
2. Cómo iniciar un proyecto de negocios online.
3. El análisis de la solidez del futuro del negocio online.
4. Objetivos: ¿tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
5. Riesgos antes de comenzar con el negocio online.
6. Casos de éxito: negocios que funcionan en internet.
7. Cómo desarrollar un adecuado plan de negocios online.
8. Online Business Plan.
9. Resumen ejecutivo.
10. Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial.
11. Especificación del producto o servicio.
12. Requerimientos humanos y tecnológicos.
13. Organización interna del negocio online.
14. Desarrollo del plan de marketing estratégico.
15. El plan económico-financiero.
16. Timing de implantación del negocio online.
17. Diseño y usabilidad de la página web del negocio online.
18. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
19. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
20. Prácticos: aplicaciones de software disponibles.
21. Caso real: Virtual Shop.
22. Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.
23. Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.
24. Diseño y usabilidad de la página web.
25. Consejos para el diseño web.
26. Seguridad en las transacciones de venta online.
27. Requerimientos de seguridad en la venta online.
28. Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse.
29. Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago.
30. Adquirir un certificado de seguridad digital.
31. Cumplir con la legislación vigente: protección de datos.
32. La logística de un negocio online.
33. Identificación de las necesidades logísticas del negocio online.
34. La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto.
35. Caso real: elegir un sistema de información logístico.
36. La gestión de las relaciones con las empresas de transporte.
37. La posibilidad de externalizar los servicios de logística.

38. Caso de éxito: la logística en un negocio online.
39. Posicionamiento SEO de la página web.
40. Claves para el posicionamiento SEO de la página web.
41. Definición de la estrategia de posicionamiento SEO.
42. Cómo elegir un buen profesional analista SEO.
43. Aplicación de los principios del SEO al negocio online.
44. Marketing en buscadores o SEM.
45. Posicionamiento del negocio online a través del SEM.
46. Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo.
47. Aplicación y uso del Google AdWords para el posicionamiento de la web.
48. Cómo contratar una campaña SEM con Google AdWords.
49. Cómo promocionar el negocio online: atraer tráfico a la web.
50. El Plan de marketing online.
51. Cuánto debemos invertir en promoción online.
52. Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail marketing.
53. La gestión práctica de una campaña de banners.
54. Participar en los programas de afiliados.
55. Cuándo recurrir a las agencias de publicidad online.
56. Ofrecer el mejor servicio de atención al cliente.
57. Conseguir la fidelidad del cliente hacia el negocio online.
58. Caso real: sistemas de e-CRM actuales.
59. Dar soporte a la atención al cliente en el negocio online.
60. Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas.
61. Tecnología, comunicación online y redes sociales.
62. Adaptarse al rápido avance de las tecnologías.
63. Redes sociales actuales y tendencias futuras.
64. Redes sociales genéricas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, etc.
65. Redes sociales específicas: Flickr, Google Maps, YouTube, etc.
66. Nuevos dispositivos de comunicación: smartphones, tabletas, etc.
67. Otras redes sociales: Foursquare, Facebook Places, Gowalla, etc.
68. El futuro de las tecnologías y de la comunicación online.
69. Evolución hacia la web.
70. Captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales.
71. Branding en redes sociales.
72. Orientar una página de Facebook a la captación de seguidores.
73. Gestionar un perfil en Twitter y convertirse en referente.
74. Aprovechar el potencial de Google Plus.
75. Estar en otras redes sociales temáticas: YouTube, Flickr, etc.

76. Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la geolocalización.
77. Social Shopping: cómo vender a través de redes sociales.
78. Gestión de blog corporativo.
79. Coste y requerimientos para el desarrollo de un blog corporativo.
80. Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del blog.
81. Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
82. El blog en la estrategia online del hotel: Facebook Connect, etc.
83. Ejercicio práctico: cómo crear un blog con Blogger, paso a paso.
84. Ejercicio práctico: cómo crear un blog con WordPress, paso a paso.
85. Marketing.
86. Value Management: prepararse para el marketing.
87. Co-Creation: el cliente como creador del producto.
88. Comunidades: comunicación cliente-cliente.
89. Creación de campañas de comunicación en la web semántica.
90. El impacto del marketing en la estrategia de la empresa.
91. Sostenibilidad y responsabilidad social en el nuevo marketing.
92. Ejemplo real: nuestra marca y su ADN social.
93. Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica.
94. Análisis y estadísticas.
95. Cómo controlar el negocio online de forma eficaz.
96. Análisis de los indicadores de información general.
97. Caso práctico: uso de Google Analytics para la medición de la web.
98. Evaluación de la reputación de la marca en internet.
99. El cuadro de mando del negocio online.
100. Otras aplicaciones de medición de tráfico.
101. Ejercicio práctico: aplicación del cuadro de mando.
102. Requisitos legales en la actividad de un negocio online.
103. La sociedad y la forma legal más adecuada.
104. La gestión de la protección de datos.
105. Las condiciones de contratación.
106. Servicios de la Sociedad de la Información y el comercio electrónico.
107. Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

## Metodología

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

***En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!***

**Blog de Critería**

