

Posicionamiento en la web para el emprendimiento

Modalidad: curso e-Learning Duración: 90 horas

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.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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.

Palabras clave.

- La importancia de las palabras clave.

- Analizar el tráfico que recibe el sitio web.

¿Dónde utilizar las palabras clave?

- Dominio y URL.

- El título de la página. Encabezados y texto de la página.

- Las etiquetas meta.

Enlaces (I).

- Enlaces internos.

- Conseguir enlaces externos. Alta en directorios.

Enlaces (II).

- Marcadores sociales. Intercambio de enlaces.

- Enlaces que penalizan.

- Mapa del sitio (Sitemap).

Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa.

Imágenes.

Flash.

La librería SWFObject.

El archivo robots.txt.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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.