

Comercio en internet. Optimización de recursos

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.

CONTENIDOS

1. MINIMIZAR COSTES

1.1. Web 2.0 + mundo online.

1.1.1. Los principios de la Web 2.0.

1.1.2. La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.

1.1.3. "Digitalizando" una empresa: un mundo integrado, no paralelo.

1.2. Ahorra en tiempo.

1.2.1. La red como fuente de información.

1.2.2. Localizar partners, colaboradores y proveedores.

1.2.3. Evitar las esperas: administración electrónica.

1.2.4. Banca electrónica: gestiones habituales.

1.3. No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad).

1.3.1. En los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.

1.3.2. En las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, whatsapp...

1.3.3. Otras ideas.

1.4. Clientes contentos, menos reclamaciones.

1.4.1. Atención al cliente online: eMail, chat.

1.4.2. Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.

1.4.3. Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.

2. AUMENTAR LOS POSIBLES CLIENTES (MARKETING 2.0)

2.1. ¿Crear una página? No siempre...

2.1.1. Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales.

2.1.2. ¿Crear una página?

2.2. Trasladar lo "tradicional" a Internet.

- 2.2.1. Performance marketing (coste según resultados).
- 2.2.2. Display (Publicidad gráfica en la red).
- 2.2.3. Email Marketing.
- 2.2.4. Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).
- 2.2.5. Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).
- 2.2.6. Analizar, analizar y comprobar.
- 2.3. Pensar "para" la red.
- 2.3.1. Producto + precio + plaza+ promoción.
- 2.3.2. Contenido + contexto + conexión + comunidad.
- 2.4. Herramientas sí, ... pero no todas para todo.
- 2.4.1. eProduct marketing.
- 2.4.2. eResearch.
- 2.4.3. ePricing.
- 2.4.4. ePromotion.
- 2.4.5. eAudit.
- 2.4.6. eCommerce.
- 2.4.7. eAdvertising.
- 2.4.8. eBranding.
- 2.4.9. Trade eMarketing.
- 2.4.10. eCommunication.

3. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

- 3.1. Que hablen de nosotros.
- 3.1.1. Del Plan de marketing al Social media Plan.
- 3.1.2. Cómo difundir una idea en la web.
- 3.1.3. Blogs y microblogs (eventos para bloggers).
- 3.1.4. Marketing viral.
- 3.1.4. Redes sociales.
- 3.1.5. Formatos publicitarios en redes sociales.
- 3.2. Que hablen bien de nosotros.
- 3.2.1. ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?
- 3.2.2. Gestión de un proyecto en redes sociales.
- 3.2.3. Monitorización y reputación.
- 3.2.4. Detección y resolución de crisis 2.0.
- 3.3. Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0.

4. CREAR INGRESOS (COMERCIO ELECTRÓNICO)

- 4.1. Soluciones antes de crear una tienda virtual.
- 4.1.1. Los sitios de afiliación y descuento.
- 4.1.2. Market Place.
- 4.2. Quiero una tienda...

4.2.1. Coste de la tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.

4.2.2. Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.

4.3. Mejorar el proceso de cobro.

4.3.1. Pedido y facturación on Line.

4.3.2. Medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.

4.3.3. Medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.

4.3.4. Lo último, pago por móvil.

4.4. M- Commerce.

4.4.1. Comercio mediante móvil.

4.5. Aspectos legales.

4.5.1. Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.

4.5.2. Uso de cookies.

4.5.3. Contratación online.

4.5.4. Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.