

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, además de utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico
- Comprender los principios de la Web 2.0 y la digitalización de la empresa como parte de una serie de medidas para encontrar partners, proveedores e información pertinente para trasladarse a la red y aumentar el número de clientes
- Conocer y aplicar las labores de marketing en la red desarrollando un conocimiento de las tendencias que existen, los medios para lograr viralizar y difundir contenidos y desarrollar una marca personal reconocible con una buena reputación que sirva para el comercio en línea
- Elaborar y mantener en el tiempo una marca personal en internet a través de las redes sociales para llamar la atención de las partes interesadas
- Aplicar soluciones para gestionar y mantener un negocio en línea y generar ingresos desarrollando una marca personal de buena reputación.

CONTENIDOS

Minimización de costes en el comercio en internet

Introducción. Minimizar costes.

Conocimiento acerca de la Web 2.0 + mundo online:

Asimilación de los principios de la Web 2.0.

Comprensión de La empresa 2.0.

Digitalización de una empresa.

Gestión adecuada del tiempo:

Uso de la red como fuente de información.

Localización de partners, colaboradores y proveedores.

Administración electrónica.

Gestión de la banca electrónica.

Seguimiento de la normativa respecto a la reducción inversión económica:

Valida tu negocio con menos costes gracias al modelo dropshipping.

Negocia pagos con tus proveedores.

Cuenta con personal en prácticas para apoyo en tareas no críticas.

Explora la viabilidad sin desarrollar la web con herramientas como Milanuncios o Facebook Marketplace.

Conocimiento de los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.

Gestión de las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax, PC-PC, WhatsApp...

Otras ideas.

Gestión exitosa de clientes:

Atención al cliente online: e-mail, chat.

Uso de los foros y su empleo como herramienta de asistencia.

Gestión de las quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.

Resumen.

Aumento de los posibles clientes (Marketing 2.0)

Introducción.

Indicación de cuándo crear una página:

Uso de plataformas y directorios comerciales para darse a conocer.

Aplicación de los pasos fundamentales para crear una página web.

Traslado del procedimiento clásico del marketing a la red:

Realización de performance marketing (coste según resultados).

Realización de Display (Publicidad gráfica en la red).

Uso del e-mail Marketing.

Organización de campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).

Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).

Procedimientos de análisis.

Realización de marketing en línea teniendo en cuenta contexto, producto y comunidad:

Producto + precio + plaza + promoción.

Contenido + contexto + conexión + comunidad.

Identificación de las herramientas adecuadas:

Uso de e-product marketing.

Uso de e-research.

Uso de e-pricing.

Gestión de e-promotion y e-audit.

Gestión de e-commerce.

Gestión de e-advertising.

Gestión de e-branding.

Realización de trade e-marketing.

Realización de e-communication.

Resumen.

Presencia en las redes sociales

Introducción.

Establecimiento para el contacto con interesados:

- Evolución del Plan de marketing al Social Media Plan.

- Conocimiento de cómo difundir una idea en la red.

- Gestión de Blogs y microblogs (eventos para bloggers).

- Realización del Marketing viral.

- Gestión de redes sociales.

- Formatos publicitarios en redes sociales.

Que hablen bien de nosotros:

- Identificar el espacio adecuado para estar.

- Gestión de un proyecto en redes sociales.

- Monitorización y reputación.

- Detección y resolución de crisis 2.0.

Asimilación de la relación entre Web 3.0 y marketing como futuro.

Resumen.

Creación de ingresos (comercio electrónico)

Introducción.

Identificación de soluciones antes de crear una tienda virtual:

- ¿Qué vas a vender?

- ¿Cuál es tu nicho de mercado?

- ¿Cuál es tu plan de negocio?

- Identificación de los sitios de afiliación y descuento.

- Conocimiento del concepto de Market Place.

Quiero una tienda...:

- Conocimiento acerca del coste de una tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.

- Identificación de los siguientes aspectos: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.

Identificación de métodos para mejorar el proceso de cobro:

- Realización del pedido y facturación online.

- Identificación de los medios de pago offline: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.

- Identificación de los medios de pago online: tarjetas, Paypal.

- Conocimiento de los procedimientos para pagar por móvil.

Conocimiento del M-Commerce:

Realización del comercio mediante móvil.

Aspectos legales:

Comprensión de las obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.

Uso de cookies.

Contratación online.

Conocimiento acerca de cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.

Resumen.