

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
- Planificar y tener en cuenta todo lo que nos ofrece la Web 2.0, la red como una fuente de información fundamental, la administración y la banca electrónica, la búsqueda de alianzas y la perspectiva del cliente desde el planteamiento del comercio electrónico
- Conocer el entorno digital alrededor del comercio electrónico y su marca que favorezca el aumento constante de los clientes
- Distinguir las acciones de las herramientas del marketing 2.0 para lanzar y mantener un negocio
- Conocer las redes sociales que utilizar para captar y fidelizar clientes en el comercio electrónico
- Descubrir las diferentes fórmulas para crear ingresos en el comercio electrónico.

CONTENIDOS

Minimizar costes

Introducción. Minimizar costes.

Web 2.0 + mundo online:

Los principios de la Web 2.0

La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.

“Digitalizando” una empresa: un mundo integrado, no paralelo

Ahorra en tiempo:

La red como fuente de información.

Localizar partners, colaboradores y proveedores.

Evitar las esperas: administración electrónica.

Banca electrónica: gestiones habituales.

No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad):

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

En las comunicaciones: voz IP, videoconferencias, fax, PC-PC, WhatsApp...

Otras ideas.

Cientes contentos, menos reclamaciones:

Atención al cliente online: e-mail, chat, Social CRM.

Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.

Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.

Resumen.

Aumentar los posibles clientes (Marketing 2.0)

Introducción.

¿Crear una página? No siempre...:

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

¿Crear una página?

Trasladar lo tradicional a internet:

Performance marketing (coste según resultados).

Display (Publicidad gráfica en la red).

E-mail Marketing.

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

Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).

Analizar, analizar y analizar.

Pensar “para” la web:

Producto + precio + plaza + promoción.

Contenido + contexto + conexión + comunidad.

Herramientas sí... Pero no todas para todo:

eProduct marketing.

eResearch.

ePricing.

ePromotion.

eAudit.

eCommerce.

eAdvertising.

eBranding.

Trade Marketing.

eCommunication.

Resumen.

Presencia en las redes sociales

Introducción.

Que hablen de nosotros:

Del Plan de Marketing al Social Media Plan.

Cómo difundir una idea en la red.

Blogs y microblogs (eventos para blogueros)

Marketing viral.

Redes sociales.

Formatos publicitarios en redes sociales.

Que hablen bien de nosotros:

¿En qué espacios quiero (y debo) estar?

Gestión de un proyecto en redes sociales.

Monitorización y reputación.

Detección y resolución de crisis 2.0.

Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0.

Resumen.

Crear ingresos (comercio electrónico)

Introducción.

Soluciones antes de crear una tienda virtual:

¿Qué vas a vender?

¿Cuál es tu nicho de mercado?

¿Cuál es tu plan de negocio?

Los sitios de afiliación y descuento.

Market Place.

Quiero una tienda...:

Coste de la tienda: SaaS (tiendas en la nube), Open source (código abierto), soluciones a medida.

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

Mejorar el proceso de cobro:

Pedido y facturación online.

Medios de pago offline: contra reembolso, transferencia, domiciliación bancaria.

Medios de pago online: tarjetas, Paypal.

Lo último, pago por móvil.

M-Commerce:

Comercio mediante móvil.

Aspectos legales:

Obligaciones en materia de proyección de datos de carácter personal.

Uso de cookies.

Contratación online.

Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.

Resumen.

