

Gestión de los negocios on line 2.0

Modalidad: curso e-Learning Duración: 210 horas

Categorías: Administración y gestión

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

El desarrollo del negocio online

Cómo iniciar un proyecto de negocios online

El análisis de la solidez del futuro del negocio online

Objetivos: ¿tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?

Riesgos antes de comenzar con el negocio online

Casos de éxito: negocios que funcionan en internet

Cómo desarrollar un adecuado plan de negocios online

Online Business Plan

Resumen ejecutivo

Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial

Especificación del producto o servicio

Requerimientos humanos y tecnológicos

Organización interna del negocio online

Desarrollo del plan de marketing estratégico

El plan económico-financiero

Timing de implantación del negocio online

Diseño y usabilidad de la página web del 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

Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.

Diseño y usabilidad de la página web
Consejos para el diseño web

Seguridad en las transacciones de venta online

Requerimientos de seguridad en la venta online
Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse
Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago
Adquirir un certificado de seguridad digital
Cumplir con la legislación vigente: protección de datos

La logística de un negocio online

Identificación de las necesidades logísticas del negocio online
La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto
Caso real: elegir un sistema de información logístico
La gestión de las relaciones con las empresas de transporte
La posibilidad de externalizar los servicios de logística
Caso de éxito: la logística en un negocio online

Posicionamiento SEO de la página web

Claves para el posicionamiento SEO de la página web
Definición de la estrategia de posicionamiento SEO
Cómo elegir un buen profesional analista SEO
Aplicación de los principios del SEO al negocio online

Marketing en buscadores o SEM

Posicionamiento del negocio online a través del SEM
Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo
Aplicación y uso del Google AdWords para el posicionamiento de la web
Cómo contratar una campaña SEM con Google AdWords

Cómo promocionar el negocio online: atraer tráfico a la web

El Plan de marketing online
Cuánto debemos invertir en promoción online
Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail marketing
La gestión práctica de una campaña de banners
Participar en los programas de afiliados
Cuándo recurrir a las agencias de publicidad online

Ofrecer el mejor servicio de atención al cliente

Conseguir la fidelidad del cliente hacia el negocio online

Caso real: sistemas de e-CRM actuales

Dar soporte a la atención al cliente en el negocio online

Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas

Tecnología, comunicación online y redes sociales

Adaptarse al rápido avance de las tecnologías

Redes sociales actuales y tendencias futuras

Redes sociales genéricas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, etc.

Redes sociales específicas: Flickr, Google Maps, YouTube, etc.

Nuevos dispositivos de comunicación: smartphones, tabletas, etc.

Otras redes sociales: Foursquare, Facebook Places, Gowalla, etc.

El futuro de las tecnologías y de la comunicación online

Evolución hacia la web

Captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales

Branding en redes sociales

Orientar una página de Facebook a la captación de seguidores

Gestionar un perfil en Twitter y convertirse en referente

Aprovechar el potencial de Google Plus

Estar en otras redes sociales temáticas: YouTube, Flickr, etc.

Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la geolocalización

Social Shopping: cómo vender a través de redes sociales

Gestión de blog corporativo

Coste y requerimientos para el desarrollo de un blog corporativo

Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del blog

Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente

El blog en la estrategia online del hotel: Facebook Connect, etc.

Ejercicio práctico: cómo crear un blog con Blogger, paso a paso

Ejercicio práctico: cómo crear un blog con WordPress, paso a paso

Marketing

Value Management: prepararse para el marketing

Co-Creation: el cliente como creador del producto

Comunidades: comunicación cliente-cliente

Creación de campañas de comunicación en la web semántica

El impacto del marketing en la estrategia de la empresa

Sostenibilidad y responsabilidad social en el nuevo marketing

Ejemplo real: nuestra marca y su ADN social

Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica

Análisis y estadísticas

Cómo controlar el negocio online de forma eficaz

Análisis de los indicadores de información general

Caso práctico: uso de Google Analytics para la medición de la web

Evaluación de la reputación de la marca en internet

El cuadro de mando del negocio online

Otras aplicaciones de medición de tráfico

Ejercicio práctico: aplicación del cuadro de mando

Requisitos legales en la actividad de un negocio online

La sociedad y la forma legal más adecuada

La gestión de la protección de datos

Las condiciones de contratación

Servicios de la Sociedad de la Información y el comercio electrónico

Ley de Ordenación del Comercio Minorista