



## ADGD124PO. Gestión de los negocios online 2.0.

**Sku:** 16630IN

**Horas:** 210

### 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,*
    - 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*,

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*,

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