



COMT066PO. Comercio en Internet. Optimización de recursos.

Sku: 19006IN

Horas: 90

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

UNIDAD 1: 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): 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*. En los programas informáticos: *Cloud Computing* (pago por uso) y *software* libre. En las comunicaciones: voz IP, videoconferencias, fax, PC-PC, *WhatsApp*... Otras ideas. Clientes 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.

UNIDAD 2: 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: *e-product marketing*. *e-research*. *e-pricing*. *e-promotion*. *e-audit*. *e-commerce*. *e-advertising*. *e-branding*. *Trade marketing*. *e-communication*. Resumen. **UNIDAD 3: 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. **UNIDAD 4: 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.