

# PROGRAMA FORMATIVO

## Gestión de los negocios online 2.0. ADGD124PO - versión online

Código: 16629

Modalidad: ON LINE

Duración: 210 horas

### 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