

PROGRAMA FORMATIVO

Comercio en internet. Optimización de recursos. COMT066PO - versión online

Código: 19005

Modalidad: ON LINE

Duración: 90 horas

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):

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.

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.

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.