

NOMBRE DEL CURSO: COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS ÁMBITO: COMERCIO Y MARKETING HORAS: 100

OBJETIVOS:

- ✓ Analizar cómo el uso de Internet nos puede ayudar a mejorar los resultados empresariales.
- ✓ Aprender a utilizar las herramientas necesarias en cada caso para minimizar costes y aumentar ingresos como clientes.
- ✓ Utilizar técnicas de presencia en redes sociales, generando ingresos con el comercio electrónico.
- ✓ Aprender a crear una tienda virtual, gestionándola y mejorando nuestra imagen en esta como en redes sociales.

INDICE:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Minimizar costes

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Web 2.0 + mundo online.

1.1. Los principios de la Web 2.0.

1.2. La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.

1.3. "Digitalizando" una empresa: un mundo integrado, no paralelo.

2. Ahorra en tiempo.

2.1. La red como fuente de información.

2.2. Localizar partners, colaboradores y proveedores.

2.3. Evitar las esperas: administración electrónica.

2.4. Banca electrónica: gestiones habituales.

3. No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad).

3.1. En los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.

3.2. En las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, WhatsApp

3.3. Otras ideas.

4. Clientes contentos, menos reclamaciones.

4.1. Atención al cliente on-line: eMail, chat.

4.2. Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.

4.3. Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.

Recuerda

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Aumentar los posibles clientes (marketing 2.0)

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. ¿Crear una página? No siempre

1.1. Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales.

1.2. ¿Crear una página?

2. Trasladar lo "tradicional" a Internet.

2.1. Performance marketing (coste según resultados).

2.2. Display (Publicidad gráfica en la red).

2.3. Email Marketing.

2.4. Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).

2.5. Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).

2.6. Analizar, analizar y comprobar.

3. Pensar "para" la red.

3.1. Producto + precio + plaza+ promoción.

3.2. Contenido + contexto + conexión + comunidad.

4. Herramientas sí, pero no todas para todo.

4.1. eProduct marketing.

4.2. eResearch.

4.3. ePricing.

4.4. ePromotion.

4.5. eAudit.

4.6. eCommerce.

4.7. eAdvertising .

4.8. eBranding.

4.9. Trade eMarketing.

4.10. eCommunication.

Recuerda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Presencia en las redes sociales

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Que hablen de nosotros.

1.1. Del Plan de marketing al Social media Plan.

1.2. Cómo difundir una idea en la web.

1.3. Blogs y microblogs (eventos para bloggers).

1.4. Marketing viral.

1.5. Redes sociales.

1.6. Formatos publicitarios en redes sociales.

2. Que hablen bien de nosotros.

2.1. ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?

2.2. Gestión de un proyecto en redes sociales.

2.3. Monitorización y reputación.

2.4. Detección y resolución de crisis 2.0.

3. Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0.

Recuerda

UNIDAD DIDACTICA 4: Crear ingresos (comercio electrónico)

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Soluciones antes de crear una tienda virtual.

1.1. Los sitios de afiliación y descuento.

1.2. Market Place.

2. Quiero una tienda

2.1. Coste de la tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.

2.2. Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.

3. Mejorar el proceso de cobro.

3.1. Pedido y facturación on Line.

3.2. Medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.

3.3. Medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.

3.4. Lo último, pago por móvil.

4. M- Commerce.

4.1. Comercio mediante móvil.

5. Aspectos legales.

5.1. Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.

5.2. Uso de cookies.

5.3. Contratación online.

5.4. Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.

Recuerda