

Programa formativo

COMERCIO Y MARKETING



**Comercio en Internet.
Optimización de recursos**

Duración: 90 horas



Grupo Glorieta

Grupo Glorieta garantiza toda la formación impartida y la gestión de bonificaciones que realiza como entidad organizadora.

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

1. Minimizar costes

1.1. Web 2.0 + mundo *online*:

- 1.1.1. Los principios de la web 2.0.
- 1.1.2. La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.
- 1.1.3. “Digitalizando” una empresa: un mundo integrado, no paralelo.

1.2. Ahorra en tiempo:

- 1.2.1. La red como fuente de información.
- 1.2.2. Localizar *partners*, colaboradores y proveedores.
- 1.2.3. Evitar las esperas: administración electrónica.
- 1.2.4. Banca electrónica: gestiones habituales.

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

- 1.3.1. Valida tu negocio con menos costes gracias al modelo *dropshipping*.
- 1.3.2. Negocia pagos con tus proveedores.
- 1.3.3. Cuenta con personal en prácticas para apoyo en tareas no críticas.
- 1.3.4. Explora la viabilidad sin desarrollar la web con herramientas como Milanuncios o *Facebook Marketplace*.
- 1.3.5. En los programas informáticos: *Cloud Computing* (pago por uso) y *software* libre.
- 1.3.6. En las comunicaciones: voz IP, videoconferencias, fax, PC-PC, *WhatsApp*...
- 1.3.7. Otras ideas.

1.4. Clientes contentos, menos reclamaciones:

- 1.4.1. Atención al cliente online: *e-mail*, chat, Social CRM.
- 1.4.2. Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.
- 1.4.3. Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.
- 1.4.4. Resumen.

2. Aumentar los posibles clientes (*marketing 2.0*)

2.1. ¿Crear una página? No siempre...:

- 2.1.1. Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales.
- 2.1.2. ¿Crear una página?

2.2. Trasladar lo tradicional a Internet:

- 2.2.1. Performance marketing (coste según resultados).
- 2.2.2. *Display* (publicidad gráfica en la red).
- 2.2.3. *E-mail marketing*.
- 2.2.4. Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).
- 2.2.5. Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).
- 2.2.6. Analizar, analizar y analizar.

2.3. Pensar “para” la web:

- 2.3.1. Producto + precio + plaza + promoción.
- 2.3.2. Contenido + contexto + conexión + comunidad

2.4. Herramientas sí... pero no todas para todo:

- 2.4.1. *e-product marketing*.
- 2.4.2. *e-research*.
- 2.4.3. *e-pricing*.
- 2.4.4. *e-promotion*.
- 2.4.5. *e-audit*.
- 2.4.6. *e-commerce*.
- 2.4.7. *e-advertising*.
- 2.4.8. *e-branding*.
- 2.4.9. *Trade marketing*.
- 2.4.10. *e-communication*.
- 2.4.11. Resumen.

3. Presencia en las redes sociales

3.1. Que hablen de nosotros:

- 3.1.1. Del plan de marketing al *social media plan*.
- 3.1.2. Cómo difundir una idea en la red.
- 3.1.3. Blogs y microblogs (eventos para blogueros).
- 3.1.4. *Marketing viral*.
- 3.1.5. Redes sociales.
- 3.1.6. Formatos publicitarios en redes sociales.

3.2. Que hablen bien de nosotros:

- 3.2.1. ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?
- 3.2.2. Gestión de un proyecto en redes sociales.
- 3.2.3. Monitorización y reputación.
- 3.2.4. Detección y resolución de crisis 2.0.

3.3. Mirar hacia el futuro: web 3.0 y *marketing 3.0*.

- 3.3.1. Resumen.

4. Crear ingresos (comercio electrónico)

4.1. Soluciones antes de crear una tienda virtual:

- 4.1.1. ¿Qué vas a vender?
- 4.1.2. ¿Cuál es tu nicho de mercado?
- 4.1.3. ¿Cuál es tu plan de negocio?
- 4.1.4. Los sitios de afiliación y descuento.
- 4.1.5. *Market place*.

4.2. Quiero una tienda

- 4.2.1. Coste de la tienda: *SaaS* (tiendas en la nube), *open source* (código abierto), soluciones a medida.
- 4.2.2. Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.

4.3. Mejorar el proceso de cobro:

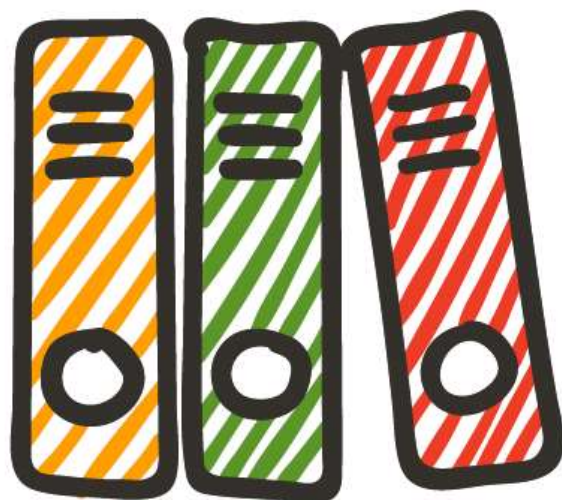
- 4.3.1. Pedido y facturación *online*.
- 4.3.2. Medios de pago *offline*: contra reembolso, transferencia, domiciliación bancaria.
- 4.3.3. Medios de pago online: tarjetas, *PayPal*.
- 4.3.4. Lo último, pago por móvil.

4.4. M-commerce:

- 4.4.1. Comercio mediante móvil.

4.5. Aspectos legales:

- 4.5.1. Obligaciones en materia de proyección de datos de carácter personal.
- 4.5.2. Uso de *cookies*.
- 4.5.3. Contratación *online*.
- 4.5.4. Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.
- 4.5.5. Resumen.



ACCESO AL CATÁLOGO GENERAL DE CURSOS

Para más información:



Grupo Glorieta

965 789 115

www.grupoglorieta.com

fcontinua@grupoglorieta.com