COMT066PO

# Comercio en Internet. Optimización de Recursos



**Familia Profesional:** Comercio y marketing

**Área Profesional:** Compraventa

**Horas:** 90

**Modalidad:** Online

## Objetivo general:

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.

## CONTENIDOS FORMATIVOS:

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

      1.3.2. En las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, what app…

      1.3.3. Otras ideas.

   1.4. Clientes contentos, menos reclamaciones.

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

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

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

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. Email 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 comprobar.

2.3. Pensar “para” la red.

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. eProduct marketing.

2.4.2. eResearh.

2.4.3. ePricing.

2.4.4. ePromotion.

2.4.5. eAudit.

2.4.6. eCommerce.

2.4.7. eAdvertising .

2.4.8. eBranding.

2.4.9. Trade eMarketing.

2.4.10. eCommunication.

## 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 web.

3.1.3. Blogs y microblogs (eventos para bloggers).

3.1.4. Marketing viral.

3.1.4. Redes sociales.

3.1.5. 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.

## 4. CREAR INGRESOS (COMERCIO ELECTRÓNICO)

4.1. Soluciones antes de crear una tienda virtual.

4.1.1. Los sitios de afiliación y descuento.

4.1.2. 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 on Line.

4.3.2. Medios de pago offLine: contrarrembolso, 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 protección de datos de carácter personal.

4.5.2. Uso de cookies.

4.5.3. Contratación online.

4.5.4. Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.

**Para conseguir el certificado de apto, es necesario asistir al 75% de las horas totales del curso y realizar el/los examen/exámenes.**