

Comercio electrónico para Pymes

01. Introducción al Comercio Electrónico

- 01.1. Definición
- 01.2. La situación actual
- 01.3. Comercio electrónico vs comercio tradicional
- 01.4. Pros y contras del comercio electrónico
- 01.5. Cuestionario: Introducción al comercio electrónico

02. La cadena de valor en el comercio electrónico

- 02.1. Definición
- 02.2. Impacto de Internet en la cadena de valor
- 02.3. Herramientas para el intercambio de información
- 02.4. Cadena de valor electrónica
- 02.5. Cuestionario: La cadena de valor en el comercio electrónico

03. Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

- 03.1. ISP
- 03.2. Estructuras
- 03.3. Contenidos
- 03.4. Distribución
- 03.5. Otros servicios para intercambiar información
- 03.6. Descarga de archivos FTP
- 03.7. Cuestionario: Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

04. El comercio electrónico entre empresas B2B

- 04.1. Introducción
- 04.2. Mercados B2B
- 04.3. Pasos básicos de la transacción comercial
- 04.4. Ejemplos de mercado B2B en España
- 04.5. Servicios que ofrecen las plataformas B2B
- 04.6. Cuestionario: El comercio electrónico entre empresas (B2B)

05. El comercio electrónico empresa-cliente B2C

- 05.1. Introducción

Comercio electrónico para Pymes

05.2. Mercados B2C

05.3. Crear una tienda virtual

05.4. Cuestionario: El comercio electrónico empresa-cliente (B2C)

06. Ecomercio al servicio de la gestión empresarial

06.1. Introducción

06.2. Evolución del comercio electrónico en las empresas

06.3. Gestión en los diferentes departamentos

06.4. Cuestionario: El comercio electrónico al servicio de la gestión empresarial

07. Técnicas de marketing en Internet

07.1. Introducción

07.2. Planificación del e-marketing

07.3. Técnicas para la personalización

07.4. Técnicas para la publicidad

07.5. Técnicas para la fidelización

07.6. Cuestionario: Técnicas de marketing en Internet

08. Atención al cliente

08.1. Introducción

08.2. Atención al cliente en la etapa de precompra

08.3. Atención al cliente en la etapa de compra

08.4. Atención al cliente - Servicio posventa

08.5. Ejemplo de atención al cliente

08.6. Cuestionario: Atención al cliente

09. Seguridad en las transacciones

09.1. Introducción

09.2. Protocolo SSL - Secure Socket Layer

09.3. Protocolo SET - Secure Electronic Transaction

09.4. Criptografía

09.5. Otros sistemas de protección

09.6. Cuestionario: Seguridad en las transacciones

Comercio electrónico para Pymes

10. Medios de pago y procesos de cobro

- 10.1. Introducción
- 10.2. Pago con tarjeta - TPV Virtual
- 10.3. Pago directo con tarjeta
- 10.4. Dinero electrónico o eCash
- 10.5. Cybercash
- 10.6. Millicent
- 10.7. Otras formas de pago
- 10.8. Cuestionario: Medios de pago y procesos de cobro.

11. Logística y distribución

- 11.1. Introducción
- 11.2. Nuevos servicios
- 11.3. Cuestionario: Logística y distribución

12. Consideraciones jurídicas y legales

- 12.1. Introducción
- 12.2. Ley de protección de datos de carácter personal
- 12.3. Legislación sobre propiedad intelectual
- 12.4. Contratación electrónica - la LSSICE
- 12.5. La firma electrónica
- 12.6. Cuestionario: Consideraciones jurídicas y legales

13. Caso práctico

- 13.1. Ejemplo de éxito
- 13.2. Dónde está la clave
- 13.3. Buena estrategia de marketing

14. Perspectiva para el comercio electrónico

- 14.1. Situación actual
- 14.2. Perspectivas
- 14.3. Cuestionario: Perspectivas para el comercio electrónico.

15. Caso práctico - Comercio electrónico

- 15.1. Caso práctico - Comercio electrónico

Comercio electrónico para Pymes

15.2. Cuestionario: Cuestionario final

16. Consideraciones generales

16.1. Definición de Redes Sociales

16.2. Concepto de marketing-mix

16.3. Integración de las Redes Sociales

16.4. Tipos de Redes Sociales

16.5. Bases del marketing en las Redes Sociales

16.6. Cuestionario: Consideraciones generales

17. Organización del trabajo en Redes Sociales

17.1. Introducción

17.2. Escuchar

17.3. Planificar la estrategia

17.4. Crear compromiso

17.5. Medir y evaluar

17.6. Definir una rutina

17.7. Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

18. Medición de la estrategia en Redes Sociales

18.1. Introducción

18.2. Definir el objetivo

18.3. Monitorización

18.4. Plan de contingencia

18.5. Herramientas para el análisis del Social Media

18.6. Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

19. Uso de las principales Redes Sociales

19.1. Facebook

19.2. Twitter

19.3. Vídeo marketing en YouTube

19.4. Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web

19.5. LinkedIn

19.6. Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

Comercio electrónico para Pymes

20. Valoración de los contactos en las Redes Sociales

- 20.1. Cuánto vale cada fan de la página Facebook
- 20.2. Cuánto vale cada seguidor de Twitter
- 20.3. Cuestionario: Consideraciones generales

21. La necesidad de crear un blog

- 21.1. Introducción
- 21.2. Selección de la plataforma de blog
- 21.3. Plugins recomendados para usar con Wordpress
- 21.4. Explotación del blog corporativo
- 21.5. Trucos para potenciar la visibilidad del blog
- 21.6. Cuestionario: La necesidad de crear un blog

22. Éxito y errores en Social Media

- 22.1. Introducción
- 22.2. Estrategia de blogging
- 22.3. Presencia en Facebook
- 22.4. Presencia en Twitter
- 22.5. Presencia en YouTube
- 22.6. Resumen caso de éxito
- 22.7. Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
- 22.8. Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

23. Otras aplicaciones de marketing en Social Media

- 23.1. Marketing mobile
- 23.2. Qué es el Marketing viral
- 23.3. Cómo funciona el Marketing viral
- 23.4. Elementos de una estrategia del Marketing viral
- 23.5. Técnicas de Marketing viral
- 23.6. Elementos que componen una campaña de Marketing viral
- 23.7. Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
- 23.8. Cómo construir un mensaje viral eficaz
- 23.9. Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

Comercio electrónico para Pymes

24. Community manager

- 24.1. Definiciones
- 24.2. Perfil y funciones específicas del Community Manager
- 24.3. Las 7 Ces del Community Manager
- 24.4. Cuestionario: Community manager
- 24.5. Cuestionario: Cuestionario final

25. Las 4P del marketing-mix

- 25.1. Descripción de las 4P del marketing-mix
- 25.2. Precio
- 25.3. Distribución
- 25.4. Promoción
- 25.5. Producto
- 25.6. Cuestionario: Las 4P del marketing-mix

26. El comportamiento del consumidor

- 26.1. El concepto necesidad como base del mercado
- 26.2. La escala de las necesidades
- 26.3. Consumismo, consumerismo y otras actitudes de compra
- 26.4. Compra compulsiva y compra impulsiva
- 26.5. Movimientos consumersitas
- 26.6. Comercio solidario
- 26.7. Compras para la salud
- 26.8. Grupos emergentes de compra
- 26.9. Aventureros y conservadores
- 26.10. Cuestionario: El comportamiento del consumidor

27. El producto

- 27.1. Concepto de producto
- 27.2. Ciclo de vida del producto
- 27.3. Reposicionamiento del producto
- 27.4. Obsolescencia planificada
- 27.5. Estacionalidad

Comercio electrónico para Pymes

27.6. Productos diferenciados y productos de competencia perfecta

27.7. Producto puro y producto añadido

27.8. Competencia directa y producto sustitutivos

27.9. La importancia de la marca

27.10. Gama y línea de producto

27.11. Cuestionario: El producto

28. Promoción

28.1. El concepto promoción

28.2. La publicidad

28.3. Tipos de soporte publicitario

28.4. Principios de percepción aplicados a la publicidad

28.5. Los efectos de la publicidad

28.6. Cuestionario: Promoción

29. El precio

29.1. El valor de las cosas

29.2. El precio y la demanda

29.3. El precio psicológico

29.4. La fórmula del precio

29.5. El punto muerto del beneficio

29.6. La fijación del precio

29.7. El precio de mercado

29.8. El beneficio final

29.9. La flexibilidad de la demanda

29.10. Cuestionario: El precio

30. La distribución

30.1. La distribución en la actualidad

30.2. Producir y distribuir just in time

30.3. Las grandes superficies

30.4. El merchandising en las grandes superficies

30.5. El packaging

Comercio electrónico para Pymes

30.6. La PLV

30.7. Cuestionario: La distribución

30.8. Cuestionario: Cuestionario final Principio de Marketing

31. Conceptos básicos de marketing

31.1. Introducción

31.2. Desarrollo histórico del Marketing

31.3. Importancia actual del Marketing

31.4. Definición de Marketing

31.5. Enfoques empresariales del Marketing

31.6. Actividades de Marketing

31.7. Marketing MIX

31.8. Factores que influyen en el Marketing

31.9. Práctica - Las diez realidades del Marketing

31.10. Cuestionario: Conceptos básicos de Marketing

32. Administración de clientes

32.1. Definición de CRM

32.2. Motivos por los que implantar el CRM

32.3. Métodos para la administración de las relaciones con los clientes

32.4. Marketing relacional

32.5. Finalidad del marketing relacional

32.6. Ventajas de su implantación

32.7. Expectativas del CRM

32.8. Las realidades del CRM

32.9. Conclusiones finales

32.10. Práctica - Implantación del CRM

32.11. Cuestionario: Administración de clientes

33. Telemarketing

33.1. Introducción

33.2. Telemarketing

33.3. Acciones de venta del telemarketing

Comercio electrónico para Pymes

33.4. Promociones de ventas

33.5. Ventajas del telemarketing

33.6. Desventajas

33.7. Práctica - Contrarrestar las desventajas del telemarketing

33.8. Cuestionario: Telemarketing

34. La comunicación y la conducta del consumidor

34.1. La comunicación

34.2. La comunicación en la venta

34.3. La comunicación oral

34.4. Normas para una comunicación efectiva

34.5. Normas para hablar correctamente

34.6. Lenguaje telefónico

34.7. Palabras y expresiones que no deben utilizarse

34.8. Expresiones que deben utilizarse

34.9. Cuestionario: La comunicación y la conducta del consumidor

35. Fidelización, satisfacción y reclamaciones

35.1. Introducción

35.2. Satisfacción del cliente

35.3. Programas de fidelización

35.4. Las reclamaciones

35.5. Actitud que conviene adoptar frente a una reclamación

35.6. Práctica - Grado satisfacción del cliente

35.7. Cuestionario: Fidelización y satisfacción del cliente

36. Estudio del cliente

36.1. Introducción

36.2. Características y hábitos del consumidor

36.3. El consumidor como sujeto de la venta

36.4. El comportamiento del consumidor

36.5. Necesidades y motivaciones para la compra

36.6. Motivación o motivo

Comercio electrónico para Pymes

- 36.7. Análisis de los diferentes clientes
- 36.8. Segmentación del mercado de consumidores
- 36.9. Maneras de segmentar
- 36.10. Conociendo el comportamiento del consumidor final
- 36.11. Posicionamiento frente a la competencia
- 36.12. Práctica - Comportamiento de compra según su aspecto físico y su carácter
- 36.13. Cuestionario: Estudio de cliente

37. Atención al cliente

- 37.1. Significados de servicio al cliente
- 37.2. Atención al cliente
- 37.3. Aptitudes positivas para la venta
- 37.4. La acogida y la despedida
- 37.5. Clientes y situaciones difíciles
- 37.6. Costes de un mal servicio al cliente

38. Técnicas de venta

- 38.1. La venta y el marketing
- 38.2. La planificación de la venta
- 38.3. El producto como elemento de venta
- 38.4. Ciclo de vida del producto
- 38.5. Las objeciones
- 38.6. El vendedor y su actitud
- 38.7. El precio del producto
- 38.8. Técnicas de respuesta
- 38.9. Planificación de una campaña de venta por teléfono
- 38.10. El cierre de la venta
- 38.11. Cuestionario: Técnicas de venta

39. Marketing e Internet

- 39.1. Introducción
- 39.2. Planificación del e-Marketing
- 39.3. Técnicas para la personalización

Comercio electrónico para Pymes

- 39.4. Técnicas publicitarias
- 39.5. Intercambio de vínculos y alta en buscadores
- 39.6. Técnicas de Internet para la fidelización
- 39.7. Práctica - Ampliando horizontes
- 39.8. Cuestionario: Cuestionario final

40. Qué significa Servicio al Cliente

- 40.1. Las motivaciones empresariales
- 40.2. La empresa orientada hacia el cliente
- 40.3. Coste de un mal servicio al cliente
- 40.4. Significados de Servicio al Cliente
- 40.5. Cuestionario: Qué se entiende por servicio al cliente

41. Tipos de clientes

- 41.1. El cliente en la cadena de abastecimiento
- 41.2. El cliente interno
- 41.3. Cuestionario: Tipos de clientes

42. Tipos de servicios

- 42.1. Definición de servicio
- 42.2. El servicio al cliente
- 42.3. Las actividades del servicio al cliente
- 42.4. El servicio al cliente y la calidad
- 42.5. El cliente y el consumidor
- 42.6. Empresas que dan servicio al cliente
- 42.7. Ideas para reflexionar - Servicio al Cliente
- 42.8. Cuestionario: Tipos de servicios

43. Fases del servicio al cliente

- 43.1. Fases
- 43.2. Investigación de mercado
- 43.3. La situación de pre-pedido
- 43.4. La compra y el pedido
- 43.5. El período de tiempo entre el pedido y la entrega

Comercio electrónico para Pymes

- 43.6. Embalaje y presentación
- 43.7. Exactitud, compleción y adecuación de las entregas
- 43.8. Realización de cobros
- 43.9. Servicio o apoyo posventa
- 43.10. Tratamiento de las reclamaciones
- 43.11. Ideas para reflexionar - Fases del servicio al cliente
- 43.12. Cuestionario: Fases del servicio al cliente

44. Fallos en la atención al cliente

- 44.1. Atención directa
- 44.2. Actitudes sociales
- 44.3. El argumento sexista
- 44.4. Otros factores
- 44.5. Fallos de la Dirección
- 44.6. Falta de formación
- 44.7. Ausencia de una estructura de personal
- 44.8. Problemas en las relaciones empresariales
- 44.9. Estructura empresarial - monopolios
- 44.10. Ideas para reflexionar - Fallos en la atención al cliente
- 44.11. Cuestionario: Fallos en la atención al cliente

45. Cara a cara. Servir con una sonrisa

- 45.1. Introducción. Problemas de la atención directa
- 45.2. El respeto como norma
- 45.3. Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara
- 45.4. Cuándo y cómo empezar
- 45.5. Cómo actuar
- 45.6. Ofrecer información y ayuda
- 45.7. Ideas para reflexionar - La atención directa
- 45.8. Cuestionario: Cara a cara. Servir con una sonrisa

46. Cara a cara. El cliente difícil

- 46.1. Introducción. Diversidad de clientes

Comercio electrónico para Pymes

- 46.2. Tenemos los clientes que nos merecemos
- 46.3. El cliente aparentemente difícil
- 46.4. El rechazo visceral
- 46.5. El cliente verdaderamente difícil
- 46.6. Problemas de carácter permanente
- 46.7. La relación imposible
- 46.8. Ideas para reflexionar - El cliente difícil
- 46.9. Cuestionario: Cara a cara. El cliente difícil

47. La carta

- 47.1. Los efectos de la tecnología
- 47.2. Algunas pautas
- 47.3. Cómo contestar
- 47.4. Cuidar las formas
- 47.5. Cuidar el lenguaje
- 47.6. Rigurosidad
- 47.7. Finalizar la carta. Firma y envío
- 47.8. Ideas para reflexionar - La carta
- 47.9. Cuestionario: La carta
- 47.10. Cuestionario: Cuestionario final Atención al cliente