

Cómo posicionar tu nueva web en la empresa

Duración: 60 h

Objetivos

- Aplicar técnicas de posicionamiento de páginas web a la hora de emprender un negocio, tanto las correspondientes al posicionamiento natural o SEO, como la creación de campañas de publicidad online (SEM), a la vez que aprender a ejecutar acciones que hagan que un nuevo negocio se sitúe entre los primeros puestos en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, MSN y otros buscadores, y obtener los conocimientos básicos para diseñar una web 3.0 como estrategia para dar mayor presencia a un negocio.
- Abordar la construcción de conocimientos básicos para el diseño de páginas web para empresas de nueva creación o ideas de emprendimiento, con el fin de que el negocio cuente con una buena presencia online.
- Adquirir técnicas y conocimientos esenciales para la adecuada gestión en el posicionamiento de la web, que, unido a la puesta en marcha de estrategias de marketing, impulse el negocio a las primeras posiciones de búsqueda de resultados en los principales buscadores de internet.
- Abordar los conocimientos necesarios para llevar a la práctica, como emprendedor de un negocio con presencia online, los análisis necesarios para valorar las respuestas de los usuarios a la propuesta empresarial, además de adquirir conocimientos de gestión en el diseño del sitio web del negocio.

TEMARIO

Unidad 1: Cómo posicionar páginas web cuando se emprende un negocio

Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación:

Buscadores y directorios.

Relevancia de los resultados.

Tráfico cualificado.

Técnicas penalizables de posicionamiento.

Palabra clave:

La importancia de las palabras clave.

Analizar el tráfico que recibe el sitio web.

Las etiquetas meta.

Enlaces (I):

Enlaces internos.

Conseguir enlaces externos. Alta en directorios.

Enlaces (II):

Marcadores sociales. Intercambio de enlaces.

Enlaces que penalizan.

Mapa de sitio (Sitemap).

Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa:

Imágenes.

Flash.

La librería SWFObject.

El archivo robots.txt.

Unidad 2: El emprendedor como analista web: cómo diseñar una web y medir el tráfico con Google Analytics

Diseño y usabilidad de la página web del nuevo negocio online:

Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.

Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.

Prácticos: aplicaciones de software disponibles.

Caso real: Virtual Shop.

Estructura del negocio online: Backoffice y Frontoffice.

Caso real: concepción de un negocio online.

Caso práctico resuelto.

Gestión de blog corporativo:

Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.

El blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc.

Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso.

Cómo crear un blog con WordPress, paso a paso.

Caso práctico resuelto.

Marketing 3.0:

Value Management: prepararse para el marketing 3.0.

Co-Creation: el cliente como creador del producto.

Comunidades 3.0: comunicación cliente-cliente.

Creación de campañas de comunicación en la web semántica.

Ejemplo real: nuestra marca y su ADN social.

Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica 3.0.