



Posicionamiento en la web para el emprendimiento.

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.

Contenidos:

- 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.

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.