

# *Cómo posicionar tu nueva web de empresa*

## *60 Horas*

### *Objetivos:*

Aprende técnicas de posicionamiento web que sirvan de impulso a la idea de negocio que, complementadas con estrategias de marketing online, refuercen y posicionen el negocio en primera línea de resultados de búsquedas para aumentar y dar mayor visibilidad a la empresa acrecentando las oportunidades empresariales.

### *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 y 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.