

Marketing electrónico y atención al cliente

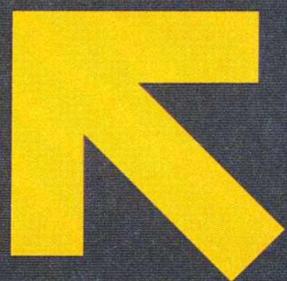
Experto en el Desarrollo de Sistemas de Comercio Electrónico:

Comercio y Negocio Electrónico

Experto

D.S.C.E.[↑]

Comercio y Negocio Electrónico



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

Matchmind[↑]
Ideas & Technology for Business

Juan Manuel Corchado Rodríguez

Javier Bajo Pérez

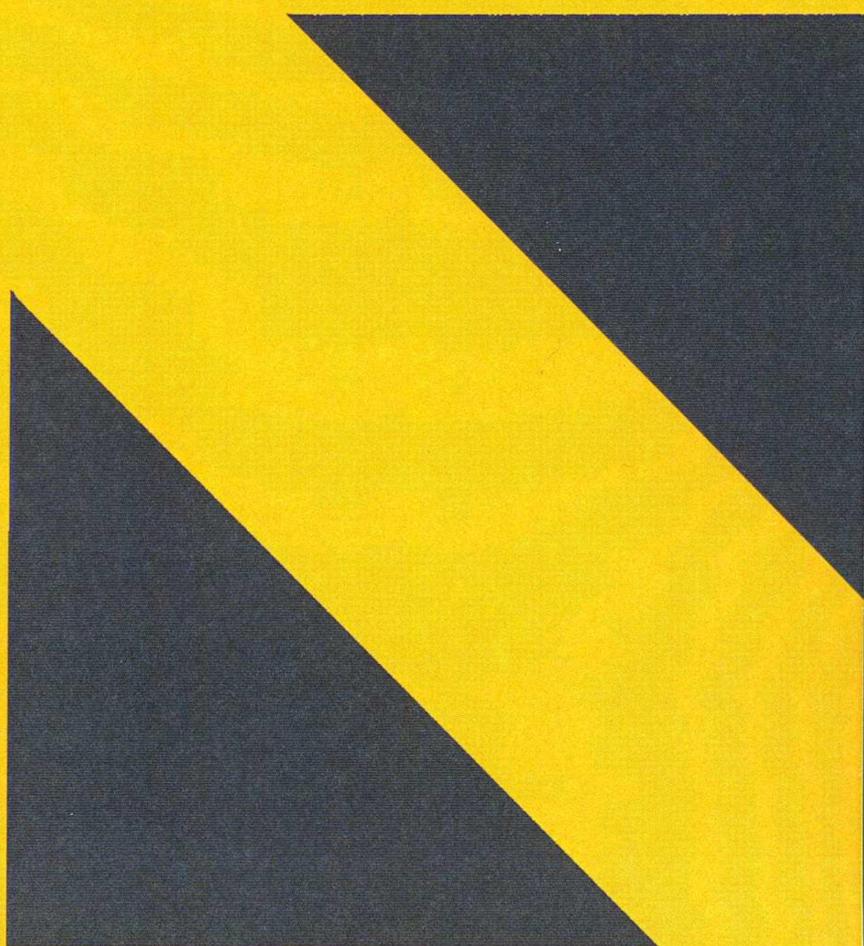
Sara Rodríguez González

Juan Francisco De Paz Santana

Fernando de la Prieta Pintado

Oscar Gil Gonzalo

Davinia Carolina Zato Domínguez





Contenido

1	Marketing electrónico	3
1.1	Introducción al Marketing	3
1.1.1	El Marketing y las nuevas tecnologías	3
1.1.2	Fundamentos del Marketing	3
1.1.3	Concepto de Marketing	3
1.1.4	Las cuatro Ps del marketing	4
1.2	La investigación del mercado	6
1.2.1	Contribución de la investigación de mercados	6
1.2.2	Aplicaciones de la investigación de mercados	7
1.2.3	Etapas en la investigación de mercados para la empresa	7
1.3	Segmentando el mercado	9
1.4	Planificar las acciones de Marketing	11
1.5	Marketing en Internet	13
1.5.1	El medio	13
1.5.2	El internauta	14
1.5.3	La comunicación	15
1.5.4	Cómo afecta Internet al marketing	18
1.5.5	Evolución del marketing, de las 4 Ps a las 6 Ps	19
1.6	Marketing 2.0	25
1.6.1	Marketing directo	26
1.6.2	Marketing relacional	28
1.6.3	Marketing de proximidad	28
1.6.4	Marketing one to one	28
1.6.5	Marketing viral	29
1.6.6	Blogs Corporativos	32
1.6.7	Redes Sociales	34
1.7	Publicidad en Internet	39
1.7.1	Soportes publicitarios en Internet	40
1.7.2	Modelos de pago	41
1.7.3	Medir campañas de publicidad	44
1.8	Posicionamiento en Internet	47
1.8.1	SEM us SEO	48
1.8.2	SEO	49
2	Atención al Cliente	65
2.1	Ventajas del Marketing Relacional	68
2.2	CRM - Customer Relationship Management	69
2.2.1	Dimensiones del CRM	69
2.2.2	Que es un CRM	69

2.2.3	Tipos de CRM	72
2.3	Enterprise resource planning (ERP).....	78
2.3.1	Supply Chain management (SCM)	78
2.3.2	Inteligencia de Negocio (Business Intelligence).....	79
3	Tiendas virtuales y portales	83
3.1	Concepto.....	83
3.1.1	El "local" de la Tienda Virtual	83
3.1.2	El "escaparate" de la Tienda Virtual	84
3.1.3	Los productos de la Tienda Virtual	84
3.1.4	El servicio post-venta de la Tienda Virtual	87
3.2	Diseño de la base de datos	90
3.3	Diseño de la interacción.....	92
3.4	Implantación: opciones de alojamiento	95
3.4.1	ISP	95
3.4.2	ASP.....	95
3.4.3	Hosting.....	95
3.4.4	Revendedores (resellers).....	95
3.4.5	Servidores virtuales (VPS).....	95
3.4.6	Servidores dedicados	96
3.4.7	Housing o Colocation	96
3.5	Portales y tecnologías aplicadas	97
3.5.1	Portales	97
3.5.2	Catálogos y tiendas	98
3.6	Portales y Portlets	101
3.6.1	Introducción a los estándares de portales	102
3.6.2	¿Por qué son necesarios los estándares?.....	103
3.6.3	La Especificación Portlet	105
3.6.4	Proyecto Pluto	108
4	Logística y distribución	109
4.1	eLogística	109
4.2	eProcurement.....	121
4.3	eSourcing	124
5	Bibliografía y referencias en la Web.....	127
6	Listado de figuras	129

1 Ma

1.1 In

1.1.1 E

En
dejar de
recordar
tiene nota
conjunto

Es
retención
beneficios

1.1.2 F

A
elevado n
es realme

- El
- El
- los

1.1.3 C

La
realizar ne
clientes y
valor para
empresa.

Lo
consumido
que a su v

El
filosofía in
muchas ot

De
actividad
que comp

ISBN: 978-84-692-7967-0

DEPÓSITO LEGAL: S. 1636-2009

plan
AVANZA»»



UNION EUROPEA
Fondo Social Europeo

<http://mastercomercioelectronico.net>