

Índice

INTRODUCCIÓN	9
1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL	13
1.1. Introducción al entorno digital, conceptos y fundamentos del marketing digital	15
1.2. El papel del marketing dentro de la estrategia empresarial	26
1.3. Adaptación al marketing digital	28
1.4. Conocimiento del consumidor	33
1.5. Nuevo perfil del consumidor	35
1.6. Aspectos legales	40
Entrevista	44
2. NEGOCIOS DIGITALES Y EMPRENDIMIENTO	47
2.1. Realidad digital, oportunidades y factores competitivos	49
2.2. Aprender a emprender	49
2.3. Tipologías de negocio	63
2.4. Negocios digitales y emprendimiento. Proyectos digitales..	67
2.5. Investigación de mercados y herramientas digitales	69
Entrevista	74
3. DIGITAL DESIGN & USER EXPERIENCE (UX)	77
3.1. Tecnología web	79
3.2. Arquitectura de proyectos web	81
3.3. Dirección y desarrollo de proyectos web	82
3.4. <i>User experience</i> (UX)	84
Entrevista	86

4. SEO/SEM Y CAPTACIÓN DE CLIENTES	89
4.1. El buscador	91
4.2. Contenidos.....	96
Entrevista.....	108
5. EMAIL MARKETING, CRM Y RELACIÓN CON CLIENTES 2.0..	111
5.1. <i>Email marketing</i>	113
5.2. CRM.....	118
5.3. Relación con clientes 2.0.....	120
Entrevista.....	133
6. SOCIAL MEDIA: GESTIÓN Y ESTRATEGIA	135
6.1. <i>Social media</i>	137
6.2. Desarrollo estrategia <i>social media</i>	140
Entrevista.....	146
7. DIRECCIÓN EN E-COMMERCE	149
7.1. Introducción al <i>e-commerce</i>	151
7.2. Estrategia <i>e-commerce</i>	155
7.3. La fidelización del e-cliente.....	161
Entrevista.....	172
8. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS	173
8.1. Analítica web. Cómo medir para optimizar un negocio digital.....	175
8.2. Google Analytics	177
8.3. Métricas y KPI.....	181
Entrevista.....	188
BIBLIOGRAFÍA	191