

10. I- Servicios a través de dispositivos táctiles

10.1. Prestación de servicios a través de dispositivos táctiles

Denominación del Proyecto tipo	<i>Prestación de servicios a través de dispositivos táctiles.</i>
Sector	Turismo
Nivel de Madurez Digital requerido	Emergente (2)
Descripción	Implantación en modalidad de <i>cloud computing</i> de una solución de prestación de servicios de valor añadido, dirigido a la clientela de empresas turísticas como huéspedes de un alojamiento, clientes de un establecimiento hostelero..., que sean usuarios habituales de dispositivos tecnológicos.
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de análisis, diseño, implantación, carga inicial de datos y puesta en marcha de una solución destinada a prestar servicios a través de dispositivos táctiles para mejorar la atención al cliente así como los procesos de comercialización, venta y fidelización. 2. Ejecución de proyecto integral de consultoría e implantación de una solución de prestación de servicios al cliente para aportar mejoras significativas en los procesos anteriormente citados. 3. Equipamiento, dispositivos táctiles (tablets) destinados al uso de la clientela. 4. Soporte y formación / asesoramiento en la utilización del equipamiento y la aplicación.
Destinatarios	Empresas del sector turístico (alojamientos y establecimientos hosteleros) con un nivel medio-alto de incorporación tecnológica y que necesitan aportar servicios de valor añadido a su clientela como elemento de mejora competitiva y diferenciador.
Beneficios para la PYME	<p>Prestar servicios a través de dispositivos táctiles permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dotar a la empresa de un importante componente de diferenciación. • Transmitir imagen de modernidad. • Ofrecer a sus clientes servicios de valor añadido orientados a mejorar la experiencia del cliente y su fidelización. • Interaccionar de forma continua con la clientela. • Mejorar la atención al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar promociones específicas. • Transmitir información en tiempo real al cliente. • Mejor conocimiento del cliente.
Funcionalidades requeridas	<p>La solución, en modalidad <i>cloud computing</i>, a implantar en las pymes beneficiarias deberá recoger al menos las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información general del establecimiento. • Comunicación con servicios centrales del establecimiento: recepción, camarero... • Solicitud de un servicio concreto o de platos de una carta. • Acceso a la carta de productos / servicios. • Reserva de instalaciones en un alojamiento o de servicios (p.e. una cancha de tenis). • Elaboración de encuestas de satisfacción. • Acceso a contenidos multimedia. • Imagen personalizada del negocio. • Recomendaciones turísticas en el entorno del establecimiento.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable para empresas turísticas que quieran ofrecer un valor añadido y diferencial a sus clientes. No recomendable para empresas con un bajo nivel de madurez digital.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuotas de servicio en modalidad <i>cloud</i>. • Servicios de parametrización y carga de datos inicial. • Horas de soporte y formación/asesoramiento en el uso de la aplicación y el equipamiento. • Se consideran como elementos subvencionables los dispositivos táctiles (tablets) destinados al uso de la clientela.
Observaciones	N/A

11. J-Sistemas de fidelización de clientes

11.1. Sistemas de Fidelización

Denominación del Proyecto tipo	<i>Sistemas de fidelización.</i>
Sector	<i>Comercio</i>
Nivel de Madurez Digital requerido	Emergente (2)
Descripción	Implantación en modalidad de <i>cloud computing</i> de una solución de fidelización con el objetivo la mejora de los procesos de relación con la clientela así como del equipamiento necesario para su implantación (lectores de tarjetas o impresora, por ejemplo).
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de análisis, diseño, implantación y puesta en marcha de una solución de fidelización en modalidad <i>cloud computing</i> adaptada a las necesidades de la empresa beneficiaria. 2. Ejecución de proyecto integral de consultoría e implantación de un sistema de fidelización para la mejora de la relación con la clientela. 3. Equipamiento para la lectura de las tarjetas de fidelización, la impresión de bonos promocionales así como la lectura de códigos de barras siempre que la empresa carezca de ellas previamente. 4. Soporte y formación / asesoramiento en la utilización del equipamiento y la aplicación.
Destinatarios	Empresas beneficiarias del Programa del sector comercio que por su tamaño y nivel de madurez digital emergente y que tengan en marcha (o en proceso de puesta en marcha) un programa dedicado a la captación y/o fidelización de la clientela.
Beneficios para la PYME	<p>Incorporar sistemas de fidelización permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento profundo de la clientela, que permite anticiparse a posibles demandas y ofrecer atención personalizada. • Fortalecimiento de la relación con la clientela, al “premiar” sus compras con productos o servicios exclusivos. • Realizar promociones concretas. • Identificar completamente el perfil del cliente en tiempo real y actuar en

	<p>consecuencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intensificar la relación con la clientela de acuerdo a sus usos comunicativos y hábitos de consumo.
Funcionalidades requeridas	<p>La solución, en modalidad <i>cloud computing</i>, a implantar en las pymes beneficiarias deberá recoger al menos las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de tarjetas de fidelización de cliente: emisión y control de las tarjetas de fidelización, puntos acumulados, etc. • Ficha de cliente con datos identificativos y perfil de comprador. • Programación y gestión de promociones. • Herramientas de comunicación: posibilidad de envío de SMS/e-mail de manera automática a los clientes. • Informes detallados e información en tiempo real, de promociones, consumos, interacciones, etc. • Integración con herramientas ofimáticas. • Posibilidad de exportación de los datos (.csv, .xml, etc.).
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable para empresas de los sectores comercio y turismo, principalmente, que cuenten con un cierto nivel de madurez digital previo y que tengan previsto realizar acciones de fidelización de sus clientes.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuotas de servicio en modalidad <i>cloud</i>. • Servicios de parametrización y carga de datos inicial. • Se consideran como elementos subvencionables el equipamiento necesario para la lectura de las tarjetas de fidelización, la impresión de bonos promocionales así como la lectura de códigos de barras siempre que la empresa carezca de ellas previamente. • Horas de soporte y formación/asesoramiento en el uso de la aplicación y el equipamiento.
Observaciones	N/A

12. K- Señalética Digital

12.1. Señalética Digital

Denominación del Proyecto tipo	Señalética digital en espacios físicos.
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Implantación en modalidad de <i>cloud computing</i> de una solución de señalética digital para la mejora de la comunicación de la empresa con su clientela.
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación en modalidad de <i>cloud computing</i> incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de análisis, diseño, implantación, carga de datos inicial y puesta en marcha de aplicación destinada a la señalética digital. 2. Ejecución de proyecto integral de consultoría e implantación sobre la estrategia de promoción a través de elementos de señalética digital en espacios físicos. 3. El equipamiento preciso para la implantación como pantallas de visualización y aquel necesario para almacenar y distribuir contenidos en las mismas. 4. Soporte y formación / asesoramiento en la utilización del equipamiento y la aplicación. 5. OPCIONAL: Conectividad y ordenador portátil.
Destinatarios	Empresas beneficiarias del Programa, independiente de su sector de actividad, que necesiten mostrar información actualizada a su clientela, en tiempo real y de forma atractiva en un entorno próximo a la empresa. Es una solución de especial interés para el sector comercio.
Beneficios para la PYME	<p>Utilizar un solución de señalética digital permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra la información de forma más dinámica y atractiva. • Permite ofrecer a la clientela información actualizada en todo momento, ya que puede programarse la modificación de los contenidos. • Facilita la interacción con la clientela, ya que los contenidos pueden ser interactivos. • Permite mostrar la información incluida en las redes sociales en las que tiene

	<p>presencia en tiempo real facilitando la interacción con la clientela.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede gestionarse la información mostrada en distintas ubicaciones desde un mismo punto. • Reducción de costes en soportes publicitarios: no es necesario cambiar el soporte al cambiar la información. • Realizar campañas específicas de promoción en redes sociales o en tiempos determinados. • Derivar tráfico a la página web.
Funcionalidades requeridas	<p>La solución, en modalidad <i>cloud computing</i>, a implantar en las pymes beneficiarias deberá recoger al menos las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de gestionar distintos tipos de contenido: imágenes, audio, vídeo, texto... • Posibilidad de cargar información desde una fuente RSS. • Posibilidad de programar contenidos por fechas, horas y pantalla. • Gestión de múltiples pantallas. • Funcionamiento “offline” en las pantallas mostrando contenidos predefinidos cuando se produzcan caídas en la conexión a internet.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable para empresas que dispongan de espacios físicos con visibilidad para sus clientes potenciales (principalmente comercio, hostelería y turismo, aunque también es aplicable a otras empresas del sector servicios, tales como inmobiliarias o cualquier empresa que disponga de escaparate o local comercial accesible al público).</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuotas de servicio en modalidad <i>cloud</i>. • Se reconocen como conceptos subvencionables las pantallas de visualización y el equipamiento necesario para almacenar y distribuir contenidos en las mismas. • Servicios de parametrización y carga de datos inicial. • Horas de soporte y formación/asesoramiento en el uso de la aplicación y el equipamiento. • Conectividad a Internet, en el caso de que el beneficiario no disponga de ella • Ordenador portátil, en caso de que el beneficiario carezca de ordenador y se encuentre en un nivel de madurez “incipiente”
Observaciones	N/A

13. Material digital promocional

13.1. Desarrollo de material promocional audiovisual para uso en Internet.

Denominación del Proyecto tipo	<i>Desarrollo de material promocional audiovisual para uso en Internet.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Generación de contenidos de imagen fija y/o vídeo para su utilización como material promocional para difundir sus servicios o productos a través de internet en diferentes medios: página web propia, redes sociales, canales específicos...
Descripción técnica	Este proyecto de implantación incluye: <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de asesoramiento y toma de fotografías o grabación, diseño y edición de contenidos de imagen y/o vídeo para su utilización como material promocional para difundir sus servicios o productos a través de internet y en diferentes medios. 2. Ceder a la empresa beneficiaria los derechos de uso, explotación y modificación de los contenidos con fines comerciales.
Destinatarios	La disposición de un recopilatorio de contenidos propios (fotografía y vídeo) profesionales y con calidad es prioritaria para cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad.
Beneficios para la PYME	Contar con un repositorio de material promocional audiovisual para su uso en Internet, permitirá a la empresa: <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una imagen profesional. • Disponer de un recopilatorio de contenidos para su utilización en diversos soportes y para el desarrollo de estrategias de marketing. • Disponer de vídeos y/o fotografías profesionales que mejoren el posicionamiento y favorezcan la diferenciación de la empresa frente a sus competidoras. • Proporcionar información comercial en formatos de consumo habitual en internet. • Evita utilizar imágenes prediseñadas o de mala calidad que proporcionan una errónea identidad digital.

	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de vídeos y fotografías profesionales que muestren correctamente sus productos o trasladen la calidad de sus servicios.
Funcionalidades requeridas	<p>Fotografía</p> <p>Elaboración y retoque de fotografías de calidad que muestren y comuniquen los aspectos clave de diferenciación y posicionamiento de la empresa, incluyendo imágenes de los espacios físicos de la empresa, productos que comercializa o servicios prestados y personal.</p> <p>Entrega de archivo digital, formado por, al menos, 50 fotografías, en alta calidad y resolución para poder utilizarlo en distintos medios.</p> <p>Ceder los derechos de uso, explotación y modificación de las imágenes con fines comerciales por parte de la empresa beneficiaria.</p> <p>Vídeo</p> <p>Guionaje, grabación y edición de vídeos corporativos, de producto o spots publicitarios para su publicación en canales 2.0 mostrando aquellos aspectos de la empresa que sean claves en el proceso de compra: en función del sector de actividad estos pueden ser entrevistas o presentaciones del personal, de las infraestructuras, entorno, un servicio o producto, etc.</p> <p>Entrega de los vídeos (al menos 5 vídeos de un mínimo de 1:30 minutos de duración) en alta definición y diferentes formatos (.avi, .mov, .m4v) optimizados para su utilización en distintos medios.</p> <p>Proporcionar los derechos de uso, explotación y modificación de los vídeos con fines comerciales por parte de la empresa beneficiaria.</p> <p>La empresa proveedora asegurará, en todo momento, la posibilidad de uso de los recursos de audio o imagen incluidos siendo responsable de los efectos de incumplimiento de la normativa vigente en materia de propiedad intelectual.</p>
Factores clave que determinan la implantación	<p>Aplicable a todo tipo de empresas, y en especial a aquellas que desarrollen o tengan previsto desarrollar acciones de marketing digital y/o comercio electrónico.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y retoque de catálogo fotográfico en soporte digital. • Servicios de guionaje, grabación y edición para vídeos. • Campañas de publicación en internet de los materiales elaborados. No se consideran subvencionables las campañas en otros medios como por ejemplo TV • No se considera ningún elemento de hardware como concepto subvencionable así como tampoco la adquisición de cámaras digitales bien de fotografía bien de vídeo.
Observaciones	<p>La empresa beneficiaria será la titular de todos los derechos de reproducción y difusión del material generado en el proyecto.</p>

14. M – Presencia Web

14.1. Presencia web a través de página propia

Denominación del Proyecto tipo	Presencia web a través de página propia.
Sector	<i>Multisectorial</i>
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Desarrollo de una página web propia de la empresa que le sirva para promocionar sus productos y servicios a través de internet así como la posibilidad de que la potencial clientela acceda a ella desde cualquier dispositivo.
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de diseño, desarrollo e implantación de una web empresarial, con el objetivo de mejorar la visibilidad de la empresa en internet a través de diferentes multidispositivos. La página web se implementará a través de plataformas de gestión de contenidos en modalidad cloud computing, evitando despliegues ad-hoc, y deberá tener un diseño de tipo <i>mobile responsive</i>. 2. Formación / asesoramiento en la utilización de la solución implantada, especialmente en relación con la inclusión de nuevo contenido, la modificación de los elementos gráficos, el seguimiento de pautas de accesibilidad web y el posicionamiento SEO. 3. Asesoramiento para la definición del diseño, estructura, estrategia de posicionamiento y contenidos más adecuados para la empresa. 4. Carga inicial de estos contenidos. 5. OPCIONAL: Conectividad y ordenador portátil.
Destinatarios	La solución de página web es imprescindible para cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad. Esta solución se dirige a empresas que no disponen de página Web propia o que, aún disponiendo de ella, esta no se ajuste a las necesidades actuales y/o no esté adaptada a su visualización a través de dispositivos móviles.
Beneficios para la PYME	<p>Disponer de una página web permite a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer en Internet información sobre sus servicios, productos y actividades de forma permanente en un canal indispensable para la captación de clientela.

	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar su público objetivo. • Aumentar su mercado geográfico. • Posibilidad de publicar su catálogo de productos/servicios. • Mejorar su posicionamiento en internet y facilitar, por tanto, la localización de su negocio. • Realizar promociones específicas para este canal. • Facilitar el acceso a la información a través de dispositivos móviles. • Proporcionar información actualizada a su clientela real o potencial. • Posibilitar el acceso de personas con diversidad funcional a sus contenidos (cumplimiento de estándares de accesibilidad web). • Disponer de una oportunidad para la captación de clientes. • Posibilidad de recibir consultas de potenciales clientes gracias a la inclusión de un formulario de contacto. • Disposición de direcciones de correo electrónico corporativas.
<p>Funcionalidades requeridas</p>	<p>El servicio de desarrollo de la página web contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro de un nombre de dominio (en el caso de que la empresa no disponga del mismo o no sea adecuado), a nombre de la empresa. Deberán contratarse los dominios con extensión .com y .es si estuvieran disponibles. • Gestor de contenidos (CMS), en modalidad <i>cloud</i>, que permita a la empresa modificar el contenido de la web de forma sencilla y sin exigir conocimientos previos de programación web así como asesoramiento / formación en su uso. Deberá incluirse un manual de uso. • Contenido. El contenido de la web dependerá de la actividad y sector de la empresa, pero deberá contar como mínimo, con los siguientes contenidos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del negocio. ○ Información detallada de localización y contacto. ○ Formulario de contacto que no requiera de un cliente de correo externo. ○ Información de los productos y/o servicios que se ofertan. ○ Sección que permita una actualización periódica. ○ Sección para incorporar imágenes y/o videos. ○ Conexión con redes sociales (en el caso que la empresa cuente con perfil en algunas de ellas). • Diseño acorde y personalizado a la actividad de la empresa. • Cumplimiento de los criterios de accesibilidad web, con unos requisitos

	<p>mínimos de accesibilidad “A” conforme se definen en las Pautas de Accesibilidad para Contenidos Web WCAG 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento orgánico (SEO), realizando una programación, definición y redacción de contenidos que tenga en cuenta todos los aspectos técnicos básicos que influyen el posicionamiento orgánico. • Movilidad. La web deberá estar adaptada a la correcta visualización en dispositivos móviles con diferentes sistemas operativos y dimensiones de la pantalla (diseño <i>responsive</i>). • Cumplimiento de requisitos legales: LSSI, Ley cookies, LOPD en relación con el contacto, por ejemplo. • Servicio de alojamiento (hosting) durante la extensión del contrato firmado. • Incorporación, en la página principal, de los logotipos de las entidades financiadoras del Programa, conservando las dimensiones originales.
<p>Factores clave que determinan la implantación</p>	<p>Recomendable para todas las empresas que no dispongan de página web o que, aún disponiendo de ésta, la misma pueda ser sustancialmente mejorada.</p> <p>Factores determinantes para abordar un proceso de mejora de una web ya existente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de gestión dinámica de contenidos (web actual estática). • Carencias técnicas y/o funcionales relevantes que no sean de fácil subsanación. • Necesidad de adaptación para su visualización a través de dispositivos móviles. • Solución actual no soportada por soluciones basadas en tecnología cloud.
<p>Gastos e inversiones subvencionables</p>	<p>Se considerarán subvencionables los gastos de implantación de la página web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta del dominio. • Costes de alta y cuota de uso del servicio en modalidad cloud. • Diseño y parametrización personalizada para la empresa. • Carga inicial de contenidos. • Horas de soporte y formación/asesoramiento en el uso de la aplicación. • Conectividad a Internet, en el caso de que el beneficiario no disponga de ella • Ordenador portátil, en caso de que el beneficiario carezca de ordenador y se encuentre en un nivel de madurez “incipiente”
<p>Observaciones</p>	<p>Si la empresa ya dispone de dominio registrado, deberá tener los datos de acceso al panel del mismo para poder redirigirlo al sitio web a desarrollar.</p>

14.2. Analítica web

Denominación del Proyecto tipo	<i>Analítica web.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Emergente (2)
Descripción	Alta en servicio de herramienta de analítica web, implementación de códigos en la web, configuración y personalización de la herramienta y formación a las personas indicadas de la empresa beneficiaria para que puedan sacarle el máximo partido.
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de análisis, diseño e implantación de una solución de analítica web para la presencia en internet de la empresa a través página web propia promocional o dirigida hacia el comercio electrónico. 2. Formación / asesoramiento en la utilización de la solución implantada. 3. Ejecución de proyecto integral de consultoría e implantación para la definición de informes personalizados de analítica adaptados a las características de la presencia web de la empresa.
Destinatarios	Cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad, que disponga de presencia en internet mediante una página web, blog corporativo y portal de comercio electrónico.
Beneficios para la PYME	<p>La analítica web permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las visitas al sitio y entender el comportamiento de los usuarios. • Identificar la demanda de su clientela potencial, gracias a las preferencias de las visitas. • Conocer qué áreas de la página web están generando más tráfico. • Obtener información para la toma de decisiones estratégicas y la optimización del sitio web. • Identificar posibles estructuras de secciones de la página web no adecuadas para el objetivo que buscan. • Análisis para la mejora del posicionamiento orgánico de la página web. • Identificación de mercado potencial (visitas por país, periodos de máxima audiencia, por ejemplo). • Definición de contenidos específicos para consumo a través de diferentes

	<p>dispositivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> Extracción de conclusiones sobre la repercusión de campañas promocionales específicas.
Funcionalidades requeridas	<p>Realización de una consultoría previa de análisis de las características de la empresa para la implantación de una herramienta de analítica web que deberá facilitar la configuración de un "panel" de informes (estándar o personalizados) de rápida consulta, ajustados a las necesidades de la empresa y que le permitan analizar de forma ágil la información, que cuente al menos de las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Selección de fechas para el análisis, y posibilidad de mostrar comparativas entre periodos. Informes de contenido: páginas destino, página de salida, páginas visitadas. Informes por fuente origen de la visita. Informes por origen geográfico de la visita. Informes por tipo de dispositivo utilizado en la navegación. Informe de términos clave utilizados por las visitas que provienen de búsqueda orgánica. Configuración de objetivos. Exportación de los datos a fuentes externas (.xml, .csv...)
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable para todas las empresas que dispongan de página web y no tengan implementados sistemas de analítica. Importante incidir no sólo en la implantación, sino en la formación necesaria para explotar la información que proporciona la analítica.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se considerarán subvencionables los gastos de implantación de una solución de analítica web:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño y parametrización personalizada de los informes para la empresa. Horas de soporte y formación/asesoramiento en el uso de la aplicación. Costes de alta y cuota de uso del servicio de analítica web durante un máximo de 12 meses. No se considera ningún elemento de hardware como concepto subvencionable.
Observaciones	<p>Para poner en marcha la herramienta será necesario tener acceso al código del sitio web para insertar los códigos de seguimiento, o tener el contacto de la empresa desarrolladora (y su colaboración) para proporcionarles el código y que lo inserten.</p>

15. N- Marketing Online

15.1. Dinamización de redes sociales

Denominación del Proyecto tipo	<i>Dinamización de redes sociales.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Elaboración e implantación (durante un tiempo determinado) del plan de marketing online en redes sociales creando los perfiles correspondientes (en el caso de que no dispongan de los mismos) en las diferentes redes sociales (de acuerdo a su mercado objetivo), personalización y dinamización dichos perfiles durante el periodo establecido así como formación y asesoramiento para el desarrollo posterior de estas tareas por parte de la empresa beneficiaria.
Descripción técnica	<p>Para el desarrollo de este proyecto de implantación es necesario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de una consultoría previa de análisis de las características de la empresa para la definición de las necesidades de promoción a través de redes sociales y la concreción de perfiles / páginas... que deberían generarse. 2. Elaboración de un plan de marketing online específico para redes sociales. 3. Creación, personalización y dinamización de la actividad de los perfiles o páginas de la empresa en aquellas redes seleccionadas durante el periodo establecido para la prestación del servicio. 4. Monitorización de actividad y medición de resultados. 5. Formación / asesoramiento en la correcta publicación de contenidos y atención de los perfiles creados así como para el desarrollo de los servicios una vez finalizada la contratación. 6. Elaboración y entrega de informes de seguimiento al cliente. 7. OPCIONAL: Conectividad y ordenador portátil.
Destinatarios	Cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad, que ya cuente con una presencia en internet mediante una página web o portal de comercio electrónico.
Beneficios para la PYME	<p>La presencia y dinamización en redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorece la creación de una comunidad online que ayude a establecer lazos

	<p>sólidos con la clientela.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite la comunicación ágil y creativa con la clientela a través de medios que utiliza habitualmente. • Refuerzo de la imagen online de la empresa contribuyendo a la mejora de la marca y su reconocimiento. • Incrementa el conocimiento del mercado y de la competencia posibilitando una mejor toma de decisiones. • Permite la realización de campañas promocionales específicas para los diferentes clientes de cada red social. • Favorece la recogida de <i>feedback</i> de la clientela. • Proporciona información real sobre la reputación digital de la empresa posibilitando una gestión correcta, en el momento oportuno. • Mejora el posicionamiento online de la empresa. • Mejora la atención al cliente utilizando diferentes canales de comunicación e información. • Diferenciación de la competencia.
<p>Funcionalidades requeridas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de un estudio previo del sector y actividad de la empresa, los objetivos que se desean alcanzar y el tipo de cliente al que se desean dirigir. • Elaboración de un plan de marketing online en redes sociales con los pasos a seguir. • Ejecutar el plan de marketing durante el tiempo determinado en el contrato. • Apertura de perfiles sociales para aquellas redes definidas en el plan de marketing. • Para cada uno de esos perfiles se debe tener en consideración: <ul style="list-style-type: none"> ○ Deben estar personalizados con los colores corporativos de la empresa, logotipo y descripción de la actividad de la misma. ○ Publicación de contenidos adecuados a los objetivos de la empresa y redireccionamiento a contenidos propios de la empresa. ○ Actualización con frecuencia y respuesta en un periodo corto a los comentarios que puedan dejar otros usuarios. • Fijar unos objetivos de crecimiento adecuados a las características de cada red social establecida en cuanto a número de fans / seguidores / amigos... así como de publicaciones. • Diferenciar el contenido de las publicaciones en función de la red social de que se trate. • Recoger información de ejecución y repercusión (audiencia) y realizar los

	<p>correspondientes informes de seguimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> Formación y asesoramiento a la empresa beneficiaria para la correcta gestión posterior de sus canales de marketing 2.0.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable, en general, para todas las empresas que en la actualidad no dispongan de presencia en canales 2.0 y/o cuya presencia sea deficitaria (poca actividad, actividad de poca calidad y/o no dirigida a los objetivos estratégicos de marketing, deficiencia en la segmentación de canales y público objetivo, etc.).</p> <p>Factores determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> No dispone de presencia en redes sociales. Las redes sociales en las que está presente no son las adecuadas (en función del tipo de actividad y objetivos que persigue la empresa con su presencia en las mismas). Se aprecia poco dinamismo en las redes sociales. La estrategia de publicación de contenidos en las redes sociales es inadecuada (no sigue un tono empresarial / profesional). No se producen relaciones de interacción con los clientes potenciales. El nº de seguidores / fans / miembros de la comunidad / contactos es escaso en relación a los fines perseguidos y/o no responde al público objetivo de la empresa.
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se considerarán subvencionables los siguientes gastos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Consultoría para la elaboración del plan de marketing online y posterior seguimiento. Alta y parametrización de perfiles sociales de la empresa. Publicación de contenidos y atención continua de los perfiles sociales de la empresa. Horas de soporte, formación / asesoramiento en la correcta publicación de contenidos y atención de los perfiles creados. Conectividad a Internet, en el caso de que el beneficiario no disponga de ella Ordenador portátil, en caso de que el beneficiario carezca de ordenador y se encuentre en un nivel de madurez "incipiente"
Observaciones	N/A

15.2. Servicio de promoción online mediante sistema de pago (SEM)

Denominación del Proyecto tipo	<i>Servicio de promoción online mediante sistema de pago (SEM).</i>
---------------------------------------	---

Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Diseño, puesta en marcha y coordinación (durante un tiempo determinado y dentro del presupuesto acordado) de una campaña de pago por clic en el canal más adecuado para los objetivos de la empresa, con la duración que se establezca y el presupuesto máximo de gasto determinado por la empresa beneficiaria.
Descripción técnica	<p>La prestación de este proyecto de implantación implica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consultoría para la definición de palabras clave para el negocio y la elaboración de una estrategia SEM para la empresa. 2. Puesta en marcha y coordinación de una estrategia de campañas de “pago por clic” en aquellos canales más adecuado para los objetivos de la empresa así como formación / asesoramiento en relación con su desarrollo y monitorización así como para el desarrollo de los servicios una vez finalizada la contratación. 3. Análisis de los resultados de las acciones realizadas y elaboración de informes. 4. OPCIONAL: Conectividad y ordenador portátil.
Destinatarios	El sector y el tamaño no son relevantes para este proyecto, aunque se debe contar con una presencia web propia y se deben tener en cuenta los productos o servicios ofrecidos por la empresa de cara a la orientación y enfoque de los anuncios, especialmente si se lanzan promociones de forma periódica o se dispone de un producto/servicio diferenciado.
Beneficios para la PYME	<p>La definición y puesta en marcha de una estrategia SEM permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inserción de anuncios de la empresa en posiciones destacadas de los buscadores o de las distintas redes sociales según las búsquedas que realiza el usuario. • Obtención de tráfico de gran calidad, gracias al alto grado de segmentación. • Mejora del posicionamiento online de la empresa. • Mejora de la reputación de la empresa. • Incremento de la visibilidad de la marca. • Planteamiento de campañas / promociones personalizadas. • Ampliación del mercado objetivo. • Potencial incremento de las ventas. • Captación de nuevos clientes y/o fidelización de los existentes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Coste controlado de las acciones a desarrollar.
Funcionalidades requeridas	<p>La estrategia de las campañas de anuncios de pago por clic a implantar tendrán en cuenta las siguientes premisas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección de palabras clave de acuerdo a las búsquedas que realizan los usuarios. • Alta en plataforma o plataformas de pago por clic. • Elaboración de anuncios adaptados a las palabras clave. • Personalización de la configuración del anuncio en cuanto a horarios en los que se publique, ciudades o países en los que se publique y/o rango de edades de los usuarios a los que se les mostrará el anuncio. • Definición y creatividad de anuncios sencillos y simples, pero que al mismo tiempo llame la atención del usuario. • Análisis de los resultados de las acciones realizadas y elaboración de informes.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Empresas que necesiten fuertes campañas promocionales y/o posicionamiento en un momento dado.</p> <p>Factores determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas o promociones puntuales. • Momentos que requieren captación de nuevos clientes. • Necesidad de posicionamiento en un momento concreto. <p>Este tipo de campañas deben acompañarse con un buen posicionamiento natural en buscadores, así como con una página web correcta y estratégicamente orientada según la finalidad perseguida.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se considerarán subvencionables los siguientes gastos de definición y puesta en marcha de la Estrategia SEM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultoría para elección de palabras clave y selección de campañas. • Alta en plataforma de pago por clic. • Publicación de anuncios de pago por clic. • Análisis y monitorización de campañas lanzadas durante el tiempo determinado en el contrato y dentro de los límites de presupuesto establecidos. • Horas de formación / asesoramiento en relación con la puesta en marcha y monitorización de campañas de “pago por clic”. • Conectividad a Internet, en el caso de que el beneficiario no disponga de ella • Ordenador portátil, en caso de que el beneficiario carezca de ordenador y se encuentre en un nivel de madurez “incipiente”
Observaciones	N/A

15.3. Soluciones de e-mail marketing

Denominación del Proyecto tipo	<i>Soluciones de e-mail marketing.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Emergente (2)
Descripción	<p>Selección y puesta en marcha de una herramienta para la gestión y envío de boletines electrónicos.</p> <p>La herramienta seleccionada se personalizará para crear plantillas adaptadas a la imagen corporativa de la empresa y se cargará la lista de destinatarios de la que se disponga.</p>
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de análisis, diseño, implantación y puesta en marcha de una solución de email marketing para la mejora de relación con los clientes. 2. Adecuación a la identidad gráfica de la empresa. 3. Asesoramiento / formación para el desarrollo de los servicios una vez finalizada la contratación.
Destinatarios	Aunque cualquier empresa podría realizar acciones de marketing por email, este servicio está especialmente indicado para las empresas que cuenten con una tienda online, dispongan de blog/web donde se publique periódicamente información relevante respecto a una temática determinada, organicen eventos con cierta periodicidad, actualicen con frecuencia el catálogo de productos y/o servicios u ofrezcan descuentos y/o promociones de forma regular.
Beneficios para la PYME	<p>Contar con una aplicación específica para el envío de boletines electrónicos permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación ágil y de impacto con la clientela. • Lanzamiento de informaciones con un alto grado de segmentación. • Fidelizar al cliente informándole sobre novedades, promociones, productos nuevos... personalizados en función de sus características individuales. • Proporcionar una imagen coherente de la empresa a su clientela. • Facilitar información adicional sobre el área de negocio. • Incrementar la comunicación con la clientela. • Programación de las comunicaciones.

	<ul style="list-style-type: none"> • Captar nuevos clientes.
Funcionalidades requeridas	<p>La solución de e-mail marketing en modalidad <i>cloud computing</i> a implantar deberá contar con, al menos, las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas para diseños del boletín personalizados. • Gestión de listas de destinatarios con posibilidad de segmentación • Configuración de campañas de envío: asunto, remitente, selección de destinatarios, selección de plantilla y carga de contenidos. • Posibilidad de realizar los envíos de forma programada. • Informes sobre apertura de emails y clics en el contenido. • Medidas para el cumplimiento de normativa vinculada a la LSSICE (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico) y a la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos). • Formación y asesoramiento a la empresa beneficiaria para su autonomía posterior.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Empresas que necesitan enviar información con regularidad a sus clientes (actuales o potenciales) y/o colaboradores, así como para desarrollar estrategias promocionales.</p> <p>Factores determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de realizar campañas de promoción periódicas dirigidas a destinatarios concretos, con posibilidad (y necesidad) de segmentación. • Fidelización de clientes. • Existencia de procesos de comercio electrónico y/o marketing activo y dirigido. <p>A efectos de la segmentación y seguimiento, es conveniente combinar este tipo de soluciones con soluciones CRM.</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se considerarán subvencionables los gastos de implantación de la solución de email marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuotas de servicio en modalidad <i>cloud</i>. • Servicios de parametrización y diseño adaptados a la imagen corporativa de la empresa. • Horas de formación / asesoramiento en su utilización. • No se considera ningún elemento de hardware como concepto subvencionable.
Observaciones	N/A

16. O- Reputación Online

16.1. Sistemas de monitorización y gestión de la reputación digital.

Denominación del Proyecto tipo	<i>Sistemas de monitorización y gestión de la reputación digital.</i>
Sector	<i>Multisectorial</i>
Nivel de Madurez Digital requerido	Avanzado (3)
Descripción	Implantación de soluciones para la monitorización online que dote a la empresa de conocimiento sobre la importancia de monitorizar su reputación digital, es decir, lo que se habla de su marca en Internet y de herramientas para realizarlo de forma adecuada.
Descripción técnica	<p>Para el desarrollo de este proyecto de implantación es necesario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una consultoría previa de análisis de las características de la empresa para la definición de las necesidades de monitorización. 2. Diseñar e implantar una herramienta tecnológica para la vigilancia. 3. Monitorización de actividad y medición de resultados para los criterios definidos y la gestión de la reputación digital de la empresa. 4. Asesoramiento / formación para el desarrollo de los servicios una vez finalizada la contratación.
Destinatarios	Cualquier empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad, que tenga presencia propia en internet a través de diferentes elementos (página propia, plataformas de terceros, blog, redes sociales, etc.).
Beneficios para la PYME	<p>Los sistemas de monitorización y gestión de la reputación digital permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la percepción que se tiene de su marca en Internet y tomar decisiones en consecuencia. • Mejorar la atención al cliente. • Identificar de forma temprana posibles incidencias y riesgos. • Minimizar los riesgos por una actuación temprana. • Conocimiento sobre las menciones a la empresa o al producto/servicio que se comercializa en internet.

<p>Funcionalidades requeridas</p>	<p>Para el desarrollo de este proyecto de implantación se deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de vigilancia de la reputación online en el que se controle lo que se habla de la empresa beneficiaria en distintos canales online: blogs, páginas webs o redes sociales. • Implantación de una solución de monitorización que permita: <ul style="list-style-type: none"> ○ Administración y configuración de canales (como fuentes de vigilancia) para la gestión de la reputación online. ○ Visión detallada de cualquier mención a los criterios de monitorización fijados. ○ Recepción de alertas a través de cuenta de correo electrónico. ○ Clasificación de la información identificada en función de su importancia o urgencia. ○ Generación de informes personalizados con estadísticas. ○ Visión de resultados en tiempo real.
<p>Factores clave que determinan la implantación</p>	<p>Imprescindible para el sector turismo en todas sus categorías, así como para empresas que desarrollen estrategias de comercio electrónico y/o que tengan una presencia activa en internet y/o que requieran de reconocimiento y prestigio para poder competir en sus respectivos mercados.</p>
<p>Gastos e inversiones subvencionables</p>	<p>Se consideran como elementos subvencionables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de consultoría para análisis de las características de la empresa, definición de las necesidades de monitorización y elaboración de plan de vigilancia. • Parametrización inicial de la herramienta tecnológica para la vigilancia. • Costes de alta y cuotas servicio durante el tiempo determinado en el contrato. • Horas de soporte y formación/asesoramiento. • No se considera ningún elemento de hardware como concepto subvencionable.
<p>Observaciones</p>	<p>N/A</p>

17. P- Catálogos digitales

17.1. Elaboración de catálogos digitales

Denominación del Proyecto tipo	<i>Elaboración de catálogos digitales</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Incipiente (1)
Descripción	Digitalización del catálogo de productos y servicios ofrecidos por la empresa en la plataforma seleccionada con el objetivo de mejorar su visibilidad en internet.
Descripción técnica	<p>Para el desarrollo de este proyecto de implantación es necesario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de consultoría para la selección de una plataforma de desarrollo y puesta a disposición de catálogos digitales. 2. Servicio de diseño, desarrollo y carga inicial de datos de un catálogo digital de productos y servicios ofrecidos por la empresa. 3. Carga del conjunto de productos y servicios que comercialice la empresa (y que la empresa tenga interés en la incorporación al catálogo) así como su publicación en un entorno web propio o de terceros. 4. Asesoramiento / formación para el desarrollo de los servicios una vez finalizada la contratación. 5. OPCIONAL: Conectividad y ordenador portátil.
Destinatarios	Empresas de cualquier sector de actividad que necesiten disponer de catálogos de productos o servicios para su actividad comercial.
Beneficios para la PYME	<p>Contar con un catálogo digital online permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahorrar costes en los soportes comerciales de la empresa. • Actualizar el catálogo de productos / servicios con facilidad. • Posibilidad de compartir y enviar la información sobre los productos que comercializa la empresa a través de medios digitales. • Distribuir ágil y fácilmente el catálogo. • Elaborar catálogos periódicamente a bajo coste. • Modificar fácilmente errores o promociones específicos. • Realizar catálogos específicos para segmentos de mercado concretos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar productos y/o servicios concretos en periodos determinados. • Posibilidad de añadir herramientas de interacción y multimedia.
Funcionalidades requeridas	<p>Para el desarrollo de la solución de catálogo digital se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la distribución del catálogo. • Elaboración de galería fotográfica de productos (en el caso que la empresa no disponga del mismo). • Despliegue de una solución, en modalidad <i>cloud</i>, que permita: <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear y modificar catálogos digitales que incluyan texto, imágenes, enlaces interactivos, vídeos, animaciones en flash y protección con contraseña. ○ Crear publicaciones compatibles con dispositivos móviles. ○ Generación de código para incrustar en la web, descargar, compartir en redes sociales y enviar por e-mail el catálogo creado.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Recomendable para todas las empresas que dispongan de producto y/o servicios asimilables a productos (comercio, turismo), especialmente cuando estén dirigidos a público general.</p> <p>Factores determinantes:</p> <p>Cartera de productos (y/o servicios asimilables a productos desde el punto de vista de su comercialización).</p> <p>Productos (y/o servicios) comercializables a través de internet, en los que la "fotografía" es un factor determinante de compra (comercio electrónico, turismo, artesanía, ...).</p>
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se consideran como elementos subvencionables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuotas de servicio en modalidad <i>cloud</i>. • Servicios de parametrización, diseño personalizado y carga de información para el conjunto del catálogo. • Servicios de elaboración de galería fotográfica (si fuera necesario). • Horas de soporte y formación/asesoramiento para el desarrollo de los servicios. • Conectividad a Internet, en el caso de que el beneficiario no disponga de ella • Ordenador portátil, en caso de que el beneficiario carezca de ordenador y se encuentre en un nivel de madurez "incipiente"
Observaciones	N/A

18. Q- Comercio electrónico

18.1. Soluciones de comercio electrónico

Denominación del Proyecto tipo	<i>Soluciones de comercio electrónico.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Avanzado (3)
Descripción	Diseño y puesta en marcha de una estrategia de comercialización online de la empresa que incluye la puesta en funcionamiento de un portal web desde el que se puedan comercializar los productos o servicios de la empresa, para su adquisición por parte de los usuarios a través de Internet
Descripción técnica	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de consultoría para el diseño, desarrollo e implantación de una estrategia de comercio electrónico adaptado a las necesidades de la empresa. 2. Diseño, parametrización, carga inicial de contenidos y despliegue de solución de comercio electrónico. 3. Asesoramiento y consultoría sobre el mantenimiento de los contenidos posteriormente a la finalización del servicio.
Destinatarios	Empresas que ofrezcan productos o servicios que sean susceptibles de comercializarse a través de internet y que cuenten con un nivel de madurez digital adecuado para emprender el proceso de venta on-line con garantías de éxito.
Beneficios para la PYME	<p>Contar con una solución de comercio electrónico permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar los potenciales clientes. • Mejorar los procesos de comercialización. • Que su tienda esté operativa y abierta al público 24 horas del día, los 365 días del año. • Abrir un nuevo canal de ventas. • Diferenciarse de la competencia. • Aumentar el mercado geográfico de ventas, llegando a nuevos mercados. • Incrementar las ventas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar promociones específicas para este canal. • Disminuir costes de promoción tradicional. • Gestionar automáticamente las ventas. • Detectar y analizar las preferencias y hábitos de consumo de sus clientes actuales y/o potenciales.
<p>Funcionalidades requeridas</p>	<p>Elaboración de un documento estratégico previo al desarrollo del portal que incluya referencias a la competencia, análisis de la viabilidad de los productos o servicios para su comercialización online, identificación del público objetivo y ámbito geográfico de comercialización.</p> <p>Tras la elaboración del documento estratégico se procederá al despliegue de una solución de comercio electrónico cuyas funcionalidades básicas deben ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestor de contenidos (CMS), en modalidad <i>cloud</i>, que permita a la empresa modificar el contenido de la web de forma sencilla y sin exigir conocimientos previos de programación web. • Diseño acorde y personalizado a la actividad de la empresa. • Cumplimiento de los criterios de accesibilidad web, con unos requisitos mínimos de accesibilidad “A” conforme se definen en las Pautas de Accesibilidad para Contenidos Web WCAG 2.0. • Posicionamiento orgánico (SEO), realizando una programación, definición y redacción de contenidos que tenga en cuenta todos los aspectos técnicos básicos que influyen el posicionamiento orgánico. • Movilidad. La web deberá estar adaptada a la correcta visualización y compra desde dispositivos móviles con diferentes sistemas operativos y dimensiones de la pantalla. • Servicio de alojamiento (hosting) durante la extensión del contrato firmado. • Posibilidad de importar/exportar los artículos desde formatos estándar. • Ofrecer varias formas de pago, entre ellas al menos una online. • Configuración de precios de envío. • Posibilidad de destacar productos en portada. • Productos relacionados (en la ficha de producto) • Referencias a lo que otros clientes también han comprado (en la ficha de producto) • Backoffice con gestión de pedidos y clientes. • Adaptación para cumplimiento Ley cookies, LOPD y LSSI. • Incorporación, en la página principal, los logotipos de las entidades

	financiadoras del Programa, conservando las dimensiones originales.
Factores clave que determinan la implantación	<p>Empresas que dispongan de productos y/o servicios comercializables a través de internet, aún cuando la venta final no sea necesariamente electrónica (por ej. inmobiliarias).</p> <p>Factores determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios comercializables a través de internet. • Elementos y grado de diferenciación de los productos y/o servicios. • Aspectos logísticos (facilidades y/o dificultades logísticas en función del producto o servicio). • Mercados a los que se dirige. • Experiencia previa (recomendable) de comercialización a través de plataformas de terceros, como pilotaje/test antes de abordar la gestión de una plataforma propia.
Gastos e inversiones subvencionables	<p>Se consideran como elementos subvencionables:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de consultoría para análisis de las características de la empresa y definición de su estrategia de comercio electrónico. 2. Costes de alta y cuota de uso del servicio <i>cloud</i> de comercio electrónico. 3. Diseño, parametrización personalizada y carga inicial de catálogo de productos y/o servicios de la empresa.
Observaciones	N/A

18.2. Incorporación a plataformas de comercio electrónico de terceros

Denominación del Proyecto tipo	<i>Incorporación a plataformas de comercio electrónico de terceros.</i>
Sector	Multisectorial
Nivel de Madurez Digital requerido	Emergente (2)
Descripción	Analizar la viabilidad de abrir un nuevo canal de ventas para la empresa, creando espacios en plataformas de comercio electrónico que no requieran de una gran inversión inicial y permitan testear tanto la acogida en el mercado del producto de la empresa como la capacidad de ésta para afrontar los procesos logísticos y de atención al cliente que el nuevo canal requiere.

<p>Descripción técnica</p>	<p>Este proyecto de implantación incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta, carga y configuración de información, productos y promociones de la empresa en plataforma de venta online de productos y/o servicios a través de internet. 2. Asesoramiento / formación para la continuidad de los servicios una vez finalizada la contratación.
<p>Destinatarios</p>	<p>Empresas que ofrezcan productos o servicios que sean susceptibles de comercializarse de forma online y deseen testear el funcionamiento del nuevo canal sin realizar grandes inversiones.</p>
<p>Beneficios para la PYME</p>	<p>Incorporarse a plataformas de comercio electrónico de terceros permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer servicios y productos en cualquier mercado al que sea posible llegar. • Captación de potencial clientela. • Canal publicitario complementario. • Disposición de un espacio de comercialización online sin una gran inversión. • Que su tienda esté operativa y abierta al público 24 horas del día, los 365 días del año. • Incrementar las ventas. • Disminuir costes de promoción tradicional.
<p>Funcionalidades requeridas</p>	<p>Las plataformas de comercio electrónico de terceros a incluir deben tener las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de importar/exportar los artículos desde formatos estándar. • Ofrecer varias formas de pago, entre ellas al menos una online y segura. • Posibilidad de destacar productos en portada. • Más de una imagen por producto. • Diseño adaptado a plataformas móviles. • Adaptación para cumplimiento Ley cookies, LOPD y LSSI • Backoffice con gestión de pedidos y clientes. • Permitir optimización de títulos y descripciones para SEO. • Ofrecer soporte de calidad frente a problemas con pedidos.
<p>Factores clave que determinan la implantación</p>	<p>Empresas que dispongan de productos y/o servicios comercializables a través de internet.</p>

	<p>Factores determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios comercializables a través de internet. • Elementos y grado de diferenciación de los productos y/o servicios. • Intención de experimentar previa a la implantación de un portal propio. • Complemento de un portal propio para diversificar los canales de llegada al público objetivo y/o para dar a conocer los productos y/o servicios. • Necesidad de ventas esporádicas. • Aspectos logísticos (facilidades y/o dificultades logísticas en función del producto o servicio). • Mercados a los que se dirige. • Segmentación de la plataforma de comercio electrónico (aglutinador de públicos concretos, en función de la plataforma).
<p>Gastos e inversiones subvencionables</p>	<p>Se considerarán subvencionables los gastos de implantación de una solución de comercio electrónico de terceros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costes de alta y cuota de uso del servicio cloud. • Diseño, parametrización personalizada y carga inicial de catálogo de productos y/o servicios de la empresa. • Horas de soporte y formación/asesoramiento. • No se considera ningún elemento de hardware como concepto subvencionable.
<p>Observaciones</p>	<p>N/A</p>