



Performance: retargeting, programática, RTB y Afiliación

Sku: PH11B06C06

Horas: 7

OBJETIVOS

1. Elegir correctamente cuándo procede realizar una campaña de retargeting e implementación de la misma. 2. Entender las diferencias entre compra programática y RTB. 3. Capacidad para establecer una estrategia de afiliación orientada a resultados de performance.

CONTENIDOS

Unidad 1. Criteo, Sociomantic, remarketing a través de Google. 1. Definición, actores que intervienen en el proceso y consideraciones operativas. 2. Factores a favor y en contra de este tipo de publicidad. 3. Idoneidad para pequeñas y medianas empresas. **Unidad 2. AdServers, AdTrackers, Tags, frecuencia de impactos.** 1. Definición. 2. Elementos que intervienen. 3. Objetivos y métricas. 4. Real time Bidding. 5. Deficiencias de la compra programática. 6. Aspectos operativos de la compra programática. **Unidad 3. Redes de afiliación, marketplaces, tracking, el problema de los márgenes de beneficio en la negociación.** 1. Elementos que forman parte de las campañas de afiliación. 2. Fases del proceso de afiliación. 3. Ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación.