



COMM41. Marketing en buscadores: SEO, SEM y Analítica Web.

Sku: PS_COMM41

Horas: 45

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Llevar a cabo una analítica web adecuada mediante la utilización de las herramientas de marketing en buscadores: SEO y SEM.

CONTENIDOS

- **Conocimiento / Capacidades cognitivas y prácticas.**
 - Conocimiento del funcionamiento de los buscadores.
 - Marketing en buscadores
 - Definición de SEO o posicionamiento natura
 - Definición de PPC.
 - Herramientas de búsqueda
 - Buscadores
 - Directorios.
 - Cómo funciona un buscador.
 - Artículos de opinión.
 - Importancia del SEO: infografías.
 - ¿Quién dice que el SEO está muerto?
 - Identificación de los Principios SEO.
 - Qué hacer para que nos indexen los buscadores.
 - Alta en directorios
 - Alta en buscadores
 - Dar a conocer nuestra página.
 - Publicar el SITEMAP.
 - Qué hacer para que no nos indexen.
 - Optimización de las páginas
 - Cabecera
 - Área de metainformación

- La etiqueta Description
 - La etiqueta Keywords
 - Información dentro del cuerpo de la página ()
 - Cómo escribir buenos textos para buscadores y usuarios.
- Definir la estrategia de posicionamiento
 - Concepto de popularidad, ¿Qué podemos hacer para aumentar nuestra popularidad?
 - Link building
 - Concepto de relevancia.
- Técnicas a evitar
 - SEO de poca confianza
 - Compra de links.
- Cambios importantes en el algoritmo
 - Google Panda
 - Google Penguin
 - Google Hummingbird (“Colibrí”).
- Estudios sobre la posición en los resultados de búsqueda.
 - Estudio de la Universidad de Tulsa (EUA).
- SEO para móviles.
- Implementación y explotación de campañas de PPC.
 - Introducción
 - Qué formato tienen estos anuncio
 - Cuánto cuesta anunciarse en AdWords
 - Cómo funciona y qué debo hacer para aparecer en las primeras posiciones.
 - Cómo crear una campaña en AdWords
 - Conceptos fundamentales de AdWords
 - Creación de una cuenta
 - Creación de una campaña
 - Dar de alta los datos de facturación
 - Caso práctico.
 - Cómo sacar partido a una cuenta de AdWords
 - Optimización de palabras clave efectivas
 - Optimización del texto de los anuncios
 - Caso práctico.
- Desarrollo de Landing Page y Testing.
 - Construcción de Landing Pages orientadas a la conversión
 - Ingredientes para generar una buena oferta
 - Estructura del mensaje
 - Cómo escribir textos que vendan
 - ejemplos de Landing Page.
 - Herramientas para optimizar nuestra Landing Page
 - Experimentos de contenido.
- Análisis de sitios Web.
 - Tipos de herramientas.
 - Indicadores clave de rendimiento.
 - Análisis de nuestro sitio web

- Información de visitantes
 - Fuentes de tráfico
 - Contenido del sitio Web
 - Definición de objetivos y conversiones.
 - Análisis de campañas
 - Etiquetado de las campañas con Google Analytics.
 - Algunas funcionalidades destacadas de Google Analytics
 - Cómo crear una cuenta de Google Analytics.
 - Analítica de página
 - Búsqueda interna del sitio
 - Enlazar campañas de AdWords.
 - Monitorización del e-commerce.
 - Google Analytics: Universal y 360 Suite.
 - Caso práctico.
- **Habilidades de gestión, personales y sociales.**
 - Comprensión del nuevo entorno digital.
 - Planificación en un entorno digital.
 - Organización de la identidad corporativa y de las relaciones comerciales, orientada a través de internet.
 - Capacidad de desarrollo de nuevas estrategias de comunicación.
 - Identificación de nuevos escenarios para comunicación en el entorno digital.
 - Gestión de la identidad digital en un entorno empresarial.
 - Gestión de la estrategia de marketing en los nuevos entornos digitales.
 - Reconocimiento del nuevo perfil de cliente => Cliente digital.
 - Funciones ejecutivas.
 - Desarrollo de las destrezas necesarias para el desarrollo del marketing en buscadores.
 - Orientación a resultados.
 - Mejora continua.