



**Unión Patronal Metalúrgica
de l'Hospitalet y Baix Llobregat.**

Av. Fabregada 93, 1º 3ª, Esc. Dcha.
08901 l'Hospitalet (Barcelona).
Tel.: 93 337 04 50 - Fax: 93 337 50 15
www.aeball.net - info@aeball.net

Estás realizando una acción formativa subvencionada por el Consorcio para la Formación Continua de Cataluña y el Fondo Social Europeo. Pondremos todos los medios de nuestra parte para que saques el máximo provecho de la formación. Una vez finalizada la formación, si has llegado a un mínimo de un 75% de asistencia y has logrado los conocimientos, te haremos entrega de la acreditación correspondiente.

Marketing a buscadores: SEO, SEM y analítica Web

OBJETIVO

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

DATOS DEL CURSO

FECHA INICIO: 5-11-2024

FECHA FINAL: 28-11-2024

HORAS PRESENCIALES: 45

HORARIO: 16:00 a 21:00h

SESIONES: martes, jueves y viernes

CLASES MES DE NOVIEMBRE: 5, 7, 12, 14, 19, 21, 22, 26, 28

LUGAR DE IMPARTICIÓN: Paseo San Juan Bosco 42, 08017 de Barcelona

PROGRAMA

Conocimiento del funcionamiento de los buscadores.

- Marketing a 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 lo SEO está muerto?

Identificación de los principios SEO.

- Qué hacer porque nos indexen los buscadores.

- Alta en directorios
- Alta a buscadores
- Dar a conocer nuestra página.
- Publicar lo SITEMAP.
- Qué hacer porque no nos indexen.
- Optimización de las páginas
- Cabecera
- Área de metainformación
- La etiqueta Description
- La etiqueta Keywords
- Información dentro del cuerpo de la página ()
- Como 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 al algoritmo
- Google Panda
- Google Penguin
- Google Hummingbird (“Colibrí”).
- Estudios sobre la posición a los resultados de búsqueda.
- Estudio de la Universidad de *Tulsa (EE. UU.).
- SEO para móviles.

Implementación y explotación de campañas de PPC.

- Introducción
- Qué formato tienen estos anuncios
- Cuando costa anunciarse a AdWords
- Como funciona y que tengo que hacer para aparecer a las primeras posiciones.
- Como crear una campaña a AdWords
- Conceptos fundamentales de AdWords
- Creación de una cuenta
- Creación de una campaña
- Dar de alta los datos de facturación
- Caso práctico.
- Como 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
- Como escribir textos que vendan
- Ejemplos de Landing Page.
- Herramientas para optimizar la nuestra Landing Page
- Experimentos de contenido.

Análisis de sitios web.

- Tipo de herramientas.
- Indicadores clave de rendimiento.
- Análisis de nuestro sitio web
- Información de visitantes
- Fuentes de tráfico
- Contenido del sitio web