



**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

Estàs realitzant una acció formativa subvencionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i el Fons Social Europeu. Posarem tots els mitjans de la nostra part per a que treguis el màxim profit de la formació. Un cop finalitzada la formació, si has arribat a un mínim d'un 75% d'assistència i has assolit els coneixements, et farem entrega de l'acreditació corresponent.

Màrqueting a cercadors: SEO, SEM i analítica Web

OBJECTIU

Dur a terme una analítica web adequada mitjançant la utilització de les eines de màrqueting a cercadors: SEO i SEM.

DADES DEL CURS

DATA INICI: 31-10-2024

DATA FI: 28-11-2024

HORES PRESENCIALS: 45

HORARI: 16:00 a 21:00h

SESSIONS: dimarts i dijous

CLASSES AL MES DE OCTUBRE: 31

CLASSES AL MES DE NOVEMBRE: 5, 7, 12, 14, 19, 21, 26, 28

LLOC D'IMPARTICIÓ: Passeig Sant Joan Bosco 42, 08017 de Barcelona

PROGRAMA

Coneixement del funcionament dels cercadors.

- Màrqueting a cercadors
- Definició de SEO o posicionament natura
- Definició de PPC.
- Eines de cerca
- Cercadors
- Directoris.
- Com funciona un cercador.
- Articles d'opinió.
- Importància del SEO: infografies.
- Qui diu que el SEO és mort?

Identificació dels principis SEO.

- Què fer perquè ens indexin els cercadors.
- Alta en directoris
- Alta a cercadors
- Donar a conèixer la nostra pàgina.
- Publicar el SITEMAP.
- Què fer perquè no ens indexin.
- Optimització de les pàgines
- Capçalera
- Àrea de metainformació
- L'etiqueta Description
- L'etiqueta Keywords
- Informació dins del cos de la pàgina ()
- Com escriure bons textos per a cercadors i usuaris.
- Definir l'estratègia de posicionament
- Concepte de popularitat, què podem fer per augmentar la nostra popularitat?
- Link building
- Concepte de rellevància.
- Tècniques a evitar
- SEO de poca confiança
- Compra de links.
- Canvis importants a l'algorisme
- Google Panda
- Google Penguin
- Google Hummingbird ("Colibrí").
- Estudis sobre la posició als resultats de cerca.
- Estudi de la Universitat de Tulsa (EUA).
- SEO per a mòbils.

Implementació i explotació de campanyes de PPC.

- Introducció
- Quin format tenen aquests anuncis
- Quan costa anunciar-se a AdWords
- Com funciona i què he de fer per aparèixer a les primeres posicions.
- Com crear una campanya a AdWords
- Conceptes fonamentals d'AdWords
- Creació d'un compte
- Creació d'una campanya
- Donar d'alta les dades de facturació
- Cas pràctic.
- Com treure partit a un compte d'AdWords
- Optimització de paraules clau efectives
- Optimització del text dels anuncis
- Cas pràctic.

Desenvolupament de Landing Page i Testing.

- Construcció de Landing Pages orientades a la conversió
- Ingredients per generar una bona oferta
- Estructura del missatge
- Com escriure textos que venguin
- Exemples de Landing Page.

- Eines per optimitzar la nostra Landing Page
- Experiments de contingut.

Anàlisi de llocs web.

- Tipus d'eines.
- Indicadors clau de rendiment.
- Anàlisi del nostre lloc web
- Informació de visitants
- Fonts de trànsit
- Contingut del lloc web
- Definició d'objectius i conversions.
- Anàlisi de campanyes
- Etiquetatge de les campanyes amb Google Analytics.
- Algunes funcionalitats destacades de Google Analytics
- Com crear un compte de Google Analytics.
- Analítica de pàgina
- Cerca interna del lloc
- Enllaçar campanyes d'AdWords.
- Monitorització de l'e-commerce.
- Google Analytics: Universal i 360 Suite.
- Cas pràctic.