



GOOGLE ADWORDS



Objetivos

- Aprender a optimizar los recursos de internet para el desarrollo de los servicios y/o productos de autónomos y empresas. Hacer frente a entornos cambiantes garantizando el control en la inversión publicitaria.
- Obtener conocimientos básicos de Google Analytics.



Contenido

MÓDULO 1. GOOGLE ADWORDS INICIACIÓN

1. Introducción

2. Planificación de la campaña

3. Crear una campaña

4. Administrar una campaña

5. Optimizar una campaña

6. Control y seguimiento

Evaluación final

MÓDULO 2. GOOGLE ADWORD AVANZADO

1. Introducción

- 1.1. Introducción a las herramientas de Google
 - 1.2. Los buscadores como herramienta publicitaria
 - 1.3. La publicidad en Google AdWords (Coste por Clic)
 - 1.4. Google Analytics y otras herramientas
- Autoevaluación

2. Planificación de la campaña

- 2.1. Investigar el mercado
- 2.2. Marcar Objetivos

- 2.3. Segmentar del mercado
- 2.4. Definir de tipos de acciones
- 2.5. Diseño de un anuncio
- 2.6. Creación de una campaña por sitios
- Prácticas de diseño de un anuncio
- Autoevaluación

3. Crear una campaña

- 3.1. Cómo llegar a AdWords
- 3.2. Selección de la versión
- 3.3. Selección de cliente por idiomas
- 3.4. Seleccionar clientes por ubicación
- 3.5. Crear un anuncio de texto
- 3.6. Seleccionar palabras clave
- 3.7. Establecer precios
- 3.8. Revisión y registro
- 3.9. Sugerencias para temporadas y fechas señaladas: Navidad, San Valentín...
- Práctica de creación de una campaña
- Autoevaluación

4. Administrar una campaña

- 4.1. Estructura de una cuenta de AdWords
- 4.2. Configuración de la campaña
- 4.3. Edición de los grupos de anuncios
- 4.4. Opciones de facturación
- Práctica de administración de campaña
- Autoevaluación

5. Optimizar una campaña

- 5.1. Revisión del sitio Web
- 5.2. Optimización de palabras clave
- 5.3. Combinación de palabras clave específicas y generales
- 5.4. Uso de concordancia de palabras clave
- 5.5. Como eliminar muchos clics y pocas compras
- 5.6. Como realizar una campaña internacional
- 5.7. Otras herramientas de optimización
- Práctica de optimización
- Autoevaluación

6. Control y seguimiento

- 6.1. Creación y gestión de informes
- 6.2. Seguimiento de conversiones
- 6.3. Introducción a Google Analytics
- Autoevaluación

7. Análisis de resultados

- 7.1. Problemas específicos de las campañas
- 7.2. Resolución de problemas en los grupos de anuncios
- 7.3. Resolución de problemas en las palabras clave
- 7.4. Gestión de informes
- 7.5. Creación de informes personalizados
- Autoevaluación

8. Planificación de la campaña

- 8.1. Análisis de informes de rendimiento de las palabras clave
- 8.2. Análisis de rendimientos de los anuncios, URLs, grupos de anuncios y campañas
- 8.3. Informes de rendimiento de la cuenta, de consultas de búsqueda, ubicación de los anuncios, alcance y frecuencia
- 8.4. Informes con gráficos, presentación de informes a clientes
- 8.5. Análisis del tipo de informe en función del problema a resolver
- 8.6. Conclusiones para la mejora de las campañas según la información obtenida

9. Justificación del ROI de una campaña

- 9.1. Como analizar el éxito de una campaña. Conceptos de ROI
- 9.2. Conversiones y acciones. Funcionalidades avanzadas
- 9.3. Tipos de conversión. Diseño de páginas Web
- 9.4. Obtención del código de seguimiento de conversiones
- 9.5. Variables estáticas y dinámicas
- 9.6. Verificación de códigos

10. Google Analytics

- 10.1. Introducción de Google Analytics
- 10.2. Ajustes de Google Analytics
- 10.3. Seguimiento de campañas publicitarias y etiquetado automático
- 10.4. Variables de campaña e informes
- 10.5. Herramientas de informes
- 10.6. Verificación de códigos
- 10.7. Informes personalizados y mejora de iniciativas de marketing