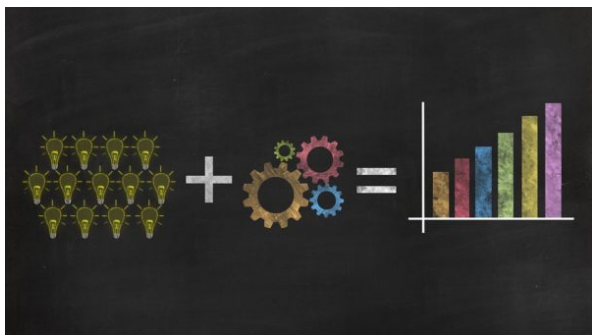


# COMM001PO. ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING.



**SKU:** PA\_COMM001PO

**Horas:** 30

## OBJETIVOS

- Conocer la definición de “analítica web” y su contexto en las organizaciones.
- Enumerar las principales ventajas y dificultades que la analítica web representa para las organizaciones.
- Definir que es el performance marketing y las ventajas con las que cuenta.
- Analizar la evolución del marketing on line.
- Explicar en qué consiste el marketing de afiliados.
- Aprender a gestionar las estadísticas y datos de las campañas de email marketing.
- Saber crear una buena reputación online para nuestra empresa.
- Identificar qué es una landing page, cuándo usarla y por qué.
- Conocer las principales herramientas de análisis web del mercado.
- Clasificar las métricas básicas, las tasas o ratios y las métricas avanzadas.

## DIRIGIDO A

## COMPETENCIAS

## CONTENIDO

- **Unidad 1. Introducción a la analítica web**
  - Por qué es necesaria la analítica web
    - Introducción
    - Función de la analítica web
    - Formas de analítica web
    - Beneficios de la analítica web
    - Madurez de la analítica web
  - Analítica web 2.0

- Historia de Internet
- Servicios, usos y tecnologías de Internet
- ¿Cómo funciona la Web?
- Conceptos básicos
- Definición y fases del análisis web
- Evolución del análisis web
- Qué necesitamos para hacer analítica web
  - Introducción
  - Cómo hacer analítica web
- Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web
  - Introducción
  - Pasos para aplicar un buen plan de analítica web
- **Unidad 2. Performance marketing**
  - Ventajas que nos ofrece el performance marketing
    - Introducción
    - Ventajas
  - La evolución del marketing on-line: branding vs. Performance
  - Evolución hacia el marketing de afiliados
    - Introducción
    - Definición de los programas de afiliación
    - Éxitos en la afiliación
    - Actos fundamentales
    - Los pilares básicos del marketing de afiliación
    - Tipos de marketing de afiliación
    - Ventajas y desventajas del marketing de afiliados
    - Pasos para implementar una estrategia de marketing de afiliación
- **Unidad 3. La toma de decisiones basadas en datos**
  - Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis
  - Consejos para realizar analítica web
  - La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse
    - Definición de e-mail marketing
    - Tipos principales de e-mail marketing
    - Para qué sirven los e-mail marketing y a quién enviarlos
    - Diferencia entre e-mail marketing y spam
    - Análisis de las estadísticas de los envíos
      - Medir resultados
      - Resultados medios y análisis de los mismos
      - Interpretación de las estadísticas
    - Errores en las campañas de e-mail marketing
    - Ventajas del e-mail marketing
    - Consejos para mejorar tus campañas de e-mail marketing
  - Analítica web, SEM y SEO
    - Tres piezas fundamentales
    - SEO

- Preguntas y respuestas
- ¿Por qué Google?
- ¿Qué es?
- Breve historia sobre el SEO
- Errores comunes en SEO
- Herramientas SEO
- Estrategias SEO
  - Cuestiones previas
  - Qué
  - Por qué
  - Cómo
  - Quién
  - Dónde
  - Cuánto
  - Conclusiones
- SEM
  - Definición
  - Ventajas y desventajas del SEM
  - Aplicación y uso del Google Adwords para el posicionamiento de la web
  - Cómo contratar una campaña SEM con Google AdWords
  - Diferencias entre SEO y SEM
- La planificación de medios
  - Introducción
  - Desarrollo de un plan de medios
  - Fases de un plan de medios
- Analítica y los programas de afiliación
  - Los programas de afiliación y sus formas de retribución
  - Analítica web para el marketing de afiliación
- Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web
- Análisis del buzz marketing
  - Aspectos generales
  - Pasos a seguir
- Reputación on-line
  - Introducción
  - Cómo se mide
  - La información vuela en la Red, nuestra reputación también
  - ¿Cómo construir una reputación online de la empresa? El plan de reputación online
  - Consejos sobre reputación online
  - Medir la reputación social
- Usabilidad y diseño de interacción en la web
  - Concepto y reglas
  - Principios básicos
  - Beneficios

- El diseño universal o diseño para todos

- **Unidad 4. A/B multivariate testing**

- Las landing pages
  - Introducción
  - Cuándo usar una landing page y por qué
  - Claves para diseñar una landing page
  - Errores que debes evitar si quieres crear una landing page perfecta
  - Checklist para crear una landing page perfecta
  - Factores que entran en juego a la hora de optimizar una landing page
- Cómo llevamos a cabo un 'experimento'
  - Aclaración de conceptos
  - Variedad de tipos de test
  - Tecnologías
  - Herramientas
  - Pasos
  - Objetivos y pruebas estadísticas
  - Consejos y mejores prácticas para el A/B testing
- Cómo funciona el A/B testing
  - Funcionamiento
  - ¿Qué tipos de sitios realizan A/B testing?

- **Unidad 5. Google Analytics y otras herramientas**

- Google Analytics
  - Introducción
  - ¿Cómo utilizar Google Analytics?
  - Principales funcionalidades de Google Analytics
    - Información sobre las visitas de los usuarios
    - Origen del tráfico
    - Contenido del sitio
    - Objetivos
- Google optimizer
  - Introducción
  - Implementar Google Optimize
  - Tipologías de test
  - Interfaz del experimento
  - Opciones de configuración
  - Lanzamiento del experimento
  - Informes (Reporting)

- **Unidad 6. Medición y optimización de los procesos de nuestra web**

- Métricas en internet
  - Análisis de estadísticas y tráfico de usuarios
  - Métricas básicas
- La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento
  - Clasificación de tasas

- Tasa de conversión
  - Aspectos generales
  - ¿Cómo aumentar tu tasa de conversión?
- La tasa o porcentaje de rebotes
  - Aspectos generales
  - Cómo reducir la tasa o porcentaje de rebote
- ¿Cuáles son las kpi's idóneas en función de los objetivos de nuestro site?
  - Introducción
  - Diseño y requisitos
  - ¿Cómo elegir un KPI?
  - Métricas avanzadas
- Métricas complementarias a la tasa de conversión
- Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web
- Algunas recomendaciones para mejorar la conversión
  - Introducción
  - Recomendaciones