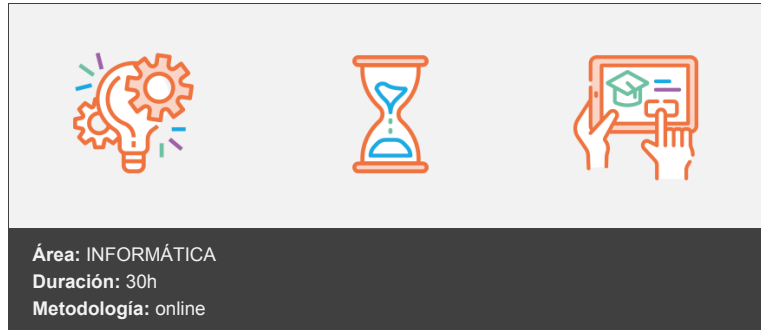


ANALITICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING



Objetivos

Identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así, establecer a tiempo, correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia on-line de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas del marketing.

Contenidos y estructura del curso

1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- 1.1. Por qué es necesaria la analítica web
- 1.2. Analítica web 2.0
- 1.3. Qué necesitamos para hacer analítica web
- 1.4. Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web

2. PERFORMANCE MARKETING

- 2.1. Ventajas que nos ofrece el performance marketing
- 2.2. La evolución del marketing on-line: branding vs. Performance
- 2.3. Evolución hacia el marketing de afiliados

3. LA TOMA DE DECISIONES BASADAS EN DATOS

- 3.1. Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis
- 3.2. Consejos para realizar analítica web
- 3.3. La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse
- 3.4. Analítica web, SEM y SEO
- 3.5. La planificación de medios
- 3.6. Analítica y los programas de afiliación
- 3.7. Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web
- 3.8. Análisis del buzz marketing
- 3.9. Reputación on-line
- 3.10. Usabilidad y diseño de interacción en la web

4. A/B MULTIVARIATE TESTING

- 4.1. Las landing pages
- 4.2. Cómo llevamos a cabo un «experimento»
- 4.3. Cómo funciona el a/b testing

5. GOOGLE ANALYTICS Y OTRAS HERRAMIENTAS

- 5.1. Google analytics
- 5.2. Google optimizer

6. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NUESTRA WEB

- 6.1. Métricas en internet
- 6.2. La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento
- 6.3. La tasa o porcentaje de rebote
- 6.4. ¿Cuáles son las kpi's idóneas en función de los objetivos de nuestro site?
- 6.5. Métricas complementarias a la tasa de conversión
- 6.6. Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web
- 6.7. Algunas recomendaciones para mejorar la conversión

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

***En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!***

Blog de Critería

