

## Conseguir nuevos clientes y aumentar ventas con Google ads

Formación Google ads para hacer una campaña de anuncios patrocinados

 Blended

Duración : 3 días (14 horas)

Ref. : 7929

Precio In-Company : 4.170,00 € IVA exento

Bonificable por grupo de 10 asistentes: €

Elección de palabras clave, redacción de anuncios, optimización de páginas de destino... Tener éxito en una campaña de anuncios de pago por clic requiere método y preparación.

Esta formación de publicidad en internet con Google Adwords TM proporciona las bases para poner en marcha sus primeras campañas de PPC en Google Adwords TM y generar visitas cualificadas a su sitio web.

Llámanos

91 270 51 10

### Objetivos de la formación

- Conocer y dominar las técnicas de publicidad en internet con búsqueda de pago por clic.
- Definir una estrategia de SEM (Search Engine Marketing) y los objetivos establecidos.
- Iniciar y gestionar una campaña de posicionamiento de publicidad en los motores de búsqueda con éxito.
- Generar tráfico cualificado a su sitio web y medir el ROI.
- Optimizar sus campañas y su rentabilidad.

### Dirigido a:

- Webmasters, webmarketers y técnicos o responsables de marketing online.
- Responsables y técnicos de comunicación
- Jefes de producto que deseen aprovechar los canales de marketing online para la publicidad en internet.

### Contenido

#### 1 - Enlaces patrocinados

- Interés y oportunidad de los enlaces patrocinados.
- Redes y formatos publicitarios (Google Adwords TM / Adsense TM, Bing TM ...).
- Modo de funcionamiento (subastas, quality score).
- Comprender la interfaz de Google Adwords TM.

#### 2 - Definir la estrategia de campaña

- Defina sus objetivos (ventas, tráfico, marca...).
- Estrategia de complementariedad con SEO.

- Escoger el período de difusión y la orientación geográfica.
- Determinar su presupuesto y la estrategia de subasta.
- Definir indicadores clave de rendimiento (KPI).

### 3 - Crear y configurar una campaña de Google Adwords TM

- Configurar su campaña (facturación, presupuesto, focalización geográfica, difusión).
- Estructurar la campaña.
- Elegir las palabras clave y su destinatario.
- Determinar las subastas.
- Redacción de anuncios.
- Aprovechar las extensiones de anuncio (ubicación, llamada, enlaces, opiniones, productos...).
- Definir y optimizar las páginas de destino.
- Seguimiento estadístico con Google Analytics TM

### 4 - Optimizar el rendimiento de la campaña de Adwords TM

- Indicadores de rendimiento.
- Saber analizar el rendimiento de la campaña basada en KPIs definidos.
- Implementar acciones correctivas.
- Dominar el Editor de Google Adwords TM.
- Optimizar las páginas de destino mediante la prueba A / B
- Saber optimizar su campaña en el tiempo.

### 5 - Las redes de contenido de Google

- Oportunidades para marketing y comunicación.
- Los primeros pasos para poner en marcha una campaña.
- Campañas de video.
- Campañas móviles

## Beneficios adicionales

- Grupo reducido para facilitar la interacción.
- Ejercicios prácticos e intercambios enriquecedores entre el consultor y participantes.