

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

1. Estudiar y conocer la intención de búsqueda de los usuarios para identificar y asociar las cadenas de texto más utilizados cuando realizan una búsqueda. 2. Evaluar la viabilidad e impacto de las posibles combinaciones de palabras clave de búsqueda para elegir aquellas que presenten mayores oportunidades de negocio. 3. Conocer los factores que pueden afectar la navegabilidad de un sitio web para mejorar la experiencia de usuario y su nivel de satisfacción. 4. Monitorizar y valorar el grado de aceptación de los usuarios a los elementos de la página web para identificar cómo mejorar la interacción de los mismos.

## CONTENIDOS

Unidad 1. Intención de búsqueda de los usuarios. 1. Perfil de "buyer persona" (cliente potencial). 2. Search Console y Google Analytics. Unidad 2. Análisis de palabras clave. 1. Herramientas de análisis de palabras clave. 2. Análisis del tráfico potencial de una palabra clave (tópico). 3. Tipología de palabras clave. Unidad 3. Navegabilidad de un sitio web. 1. Navegabilidad de un sitio web. Unidad 4. Valoración de la aceptación de los usuarios. 1. Mapas de Calor. 1.1. ¿Cómo generar un mapa de calor? 1.2. Tipos de mapas de calor. 1.3. Cómo interpretar un mapa de calor. 1.4. Optimización de la portada y Landing Pages. 2. Tests A/B. 2.1. Cómo ejecutar un test A/B.

