

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Saber Planificar y estructurar campañas de búsqueda en Google Ads usando el planificador de palabras clave. 2. Conocer las ventajas de herramientas SEM para reducir el tiempo de optimización de las campañas.

CONTENIDOS

Unidad 1. Planificar campañas y estudios de palabras clave. 1. Estructuras de campaña. ¿Cuántas campañas y grupos debo hacer? 2. Herramientas para hacer estudios de palabras clave. 2.1 Planificador de palabras clave. 3. Usos y ventajas de las palabras clave long tail para las primeras campañas o cuentas con poco presupuesto. 4. SET UP de una campaña de búsqueda y grupos de anuncios. Unidad 2. Herramientas SEM que te harán la vida más fácil. 1. Herramientas de Google Ads. 2. Otras herramientas de palabras clave. 3. Otras herramientas SEM. 3.1. Para hacer auditorías. 3.2. Para crear informes y/o propuestas SEM. 3.3. Para espiar competidores. 3.4. Para diseñar banners

