

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

1. Saber crear e instalar diferentes tipos de conversiones para medir el número de objetivos cumplidos con las campañas. 2. Vincular Google Analytics y Google Ads. Esto permitirá a los anunciantes mejorar sus campañas y a tener informes más completos y avanzados. 3. Optimización de campañas de búsqueda y las pujas Smart Bidding para mejorar la tasa de conversión de las campañas.

### CONTENIDOS

Unidad 1. El seguimiento de conversiones en Google Ads.

1. Tipos de conversiones.
2. Preparamos nuestro sitio Web para el seguimiento de conversiones.
3. El seguimiento de conversiones: la instalación de etiquetas.
  - 3.1 Para crear una conversión debemos completar los apartados.

Unidad 2. Google Ads y Analytics.

1. ¿Qué es un embudo de conversión y cómo nos ayuda Google Analytics en nuestra estrategia SEM?
2. Cómo vincular Google Analytics y Google Ads.
3. Crear e importar audiencias de Analytics a Google Ads para el remarketing.
4. Cómo importar objetivos de Google Analytics a Google Ads.
5. Informes útiles y optimización de campañas.

Unidad 3. Primera optimización de una campaña.

1. Optimización de puja automática vs ajustes de puja de palabras clave con CPC Manual.
2. Optimización de la estructura de la campaña.
  - 2.1. Conclusiones y cambios en la campaña para la optimización.
3. Optimización de palabras clave con el informe de términos de búsqueda.
4. Optimización de anuncios.
  - 4.1. ¿Qué son las extensiones de anuncio?
5. Optimización de segmentación.
  - 5.1. Informe de ubicación, datos demográficos y dispositivos.
  - 5.2. Informe de programación y ajustes de calendario.

