

Modalidad: curso e-Learning Duración: 7 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Conocer en la tecnología de retargeting para identificar su idoneidad dentro de la estrategia de display. 2. Diseñar campañas de compra programática y sistema de pujas de espacios publicitarios en tiempo real (RTB) para impactar a audiencias segmentadas. 3. Cómo crear una campaña de afiliación a través de medios digitales para garantizar conversiones.

CONTENIDOS

Unidad 1. Criteo, Sociomantic, remarketing a través de Google. 1. Definición, actores que intervienen en el proceso y consideraciones operativas. 2. Factores a favor y en contra de este tipo de publicidad. 3. Idoneidad para pequeñas y medianas empresas. Unidad 2. AdServers, AdTrackers, Tags, frecuencia de impactos. 1. Definición. 2. Elementos que intervienen. 3. Objetivos y métricas. 4. Real time Bidding. 5. Deficiencias de la compra programática. 6. Aspectos operativos de la compra programática. Unidad 3. Redes de afiliación, marketplaces, tracking, el problema de los márgenes de beneficio en la negociación. 1. Elementos que forman parte de las campañas de afiliación. 2. Fases del proceso de afiliación. 3. Ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación.

