



COMM001PO. ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING

SKU: PS00062

OBJETIVOS

Identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así, establecer a tiempo, correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia on-line de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas del marketing

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- 1.1. Por qué es necesaria la analítica web.
- 1.2. Analítica web 2.0.
- 1.3. Qué necesitamos para hacer analítica web.
- 1.4. Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web.

UNIDAD 2. PERFORMANCE MARKETING

- 2.1. Ventajas que nos ofrece el performance marketing.
- 2.2. La evolución del marketing on-line: branding vs. Performance.

2.3. Evolución hacia el marketing de afiliados.

UNIDAD 3. LA TOMA DE DECISIONES BASADAS EN DATOS

3.1. Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis.

3.2. Consejos para realizar analítica web.

3.3. La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse.

3.4. Analítica web, SEM y SEO.

3.5. La planificación de medios.

3.6. Analítica y los programas de afiliación.

3.7. Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web.

3.8. Análisis del buzz marketing.

3.9. Reputación on-line.

3.10. Usabilidad y diseño de interacción en la web.

UNIDAD 4. A/B MULTIVARIATE TESTING

4.1. Las landing pages.

4.2. Cómo llevamos a cabo un «experimento».

4.3. Cómo funciona el A/B testing.

UNIDAD 5. GOOGLE ANALYTICS Y OTRAS HERRAMIENTAS

5.1. Google analytics.

5.2. Google optimizer.

UNIDAD 6. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NUESTRA WEB

6.1. Métricas en internet.

6.2. La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento.

6.3. La tasa o porcentaje de rebote.

6.4. ¿Cuáles son las kpi´s idóneas en función de los objetivos de nuestro site?

6.5. Métricas complementarias a la tasa de conversión.

6.6. Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web.

6.7. Algunas recomendaciones para mejorar la conversión.