



Analítica web para medir resultados de marketing

El marketing digital permite medir prácticamente cada interacción, pero disponer de datos no significa saber utilizarlos. Este curso enseña a seleccionar métricas, interpretar el comportamiento de los usuarios y convertir la información obtenida en decisiones de marketing.

Código Acción: COMM001PO

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Duración: 30 horas

Módulos: 6 bloques de contenidos

Modalidad: Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de marketing, comunicación, ecommerce y responsables de webs o campañas digitales que necesiten evaluar resultados y tomar decisiones basadas en datos.

¿Qué mejora aporta este curso?

Reduce las decisiones basadas únicamente en intuición, facilita la detección de problemas y oportunidades y permite mejorar el rendimiento de webs y campañas mediante datos objetivos.

Necesidades de formación que cubre:

Permite comprender las principales métricas digitales, medir conversiones, analizar el comportamiento de los usuarios y utilizar herramientas de analítica para optimizar acciones y campañas.

Objetivos:

- Comprender la utilidad de la analítica web.
- Identificar las principales métricas y KPI.
- Analizar el comportamiento de los usuarios.
- Relacionar analítica con SEO, SEM y email marketing.
- Utilizar pruebas A/B.
- Medir conversiones.
- Detectar oportunidades de optimización.

Contenidos:

1. Introducción a la analítica web

- Necesidad de la analítica.
- Analítica web 2.0.
- Metodología y primeros pasos.

2. Performance marketing

- Branding frente a performance.
- Marketing de afiliación.

3. Toma de decisiones basada en datos

- Reporting frente a análisis.
- SEO, SEM y analítica.
- Email marketing.
- Medios digitales.
- Reputación online.
- Usabilidad.

4. A/B y multivariate testing

- Landing pages.
- Diseño y realización de experimentos.

5. Google Analytics y otras herramientas

- Plataformas de medición y optimización.

6. Medición y optimización

- Métricas.
- Conversión.
- Rebote.
- KPI.
- Mejora del rendimiento web.