

Performance: retargeting, programática, RTB y Afiliación

| | |
|-------|---|
| Horas | 7 |
|-------|---|

Acerca de este curso

Cod: PH11B06C06

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.

¿Qué aprenderás?

- Elegir correctamente cuándo procede realizar una campaña de retargeting e implementación de la misma.
- Entender las diferencias entre compra programática y RTB.
- Capacidad para establecer una estrategia de afiliación orientada a resultados de performance.