

Orientación a Resultados del Performance Marketing

Código del curso: PH11B06C08

Horas: 15

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PH11B06C08

Unidad 1. Tipos de objetivos.

1. Tipos de objetivos de tu plan y campañas de marketing.

Unidad 2. KPI's.

1. Métricas.

2. KPI's 3. Modelos de pago.

Unidad 3. Cuadros de mando y modelos de atribución.

1. Cuadro de mando.

2. Deficiencias de los cuadros de mando.

3. Modelos de atribución.

Unidad 4. 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 5. 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 6. 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.

Unidad 7. Formatos gráficos de publicidad contextual en soporte de terceros.

1. Definición y consideraciones iniciales.
2. ¿Cómo funciona?
3. Características de la publicidad contextual.
4. Publicidad contextual e hipersegmentación.
5. Puntos débiles.
6. Publicidad contextual de Google.

¿Qué aprenderás?

Establecer correctamente objetivos y métricas clave para maximizar el performance de las campañas.

Identificar de forma precisa los indicadores de rendimiento de las campañas de marketing digital.

Asociar adecuadamente los elementos integradores de un cuadro de mando en función de objetivos y métricas.

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.

Entender las ventajas de los formatos y seleccionarlos correctamente según proceda, así como trackear los resultados.