

AF | 30175

Analítica web para medir resultados de marketing

DIRIGIDO A

Cualquier persona interesada en ampliar sus conocimientos en informática.

OBJETIVOS

- Comprender el concepto “analítica web” y su contexto en las organizaciones.
- Analizar las ventajas y dificultades que la analítica web representa para las organizaciones.
- Definir qué es el performance marketing y sus ventajas.
- Explicar en qué consiste el marketing de afiliados.
- Interpretar las estadísticas y datos de las campañas de email marketing.
- Saber crear una buena reputación online para nuestra empresa.
- Identificar qué es una landing page, cuándo usarla y por qué.
- Conocer las principales herramientas de análisis web del mercado.
- Clasificar las métricas básicas, las tasas o ratios y las métricas avanzadas.

CONTENIDOS

- Introducción a la analítica web.
- Performance marketing.
- La toma de decisiones basadas en datos.
- A/B multivariate testing.
- Google Analytics y otras herramientas.
- Medición y optimización de los procesos de nuestra web.



Duración

35 horas



Modalidad

Teleformación