

AUMENTAR EL TRÁFICO. TÉCNICAS PULL Y PUSH

AUMENTAR EL TRÁFICO. TÉCNICAS PULL Y PUSH

Duración: 56 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Descripción: Entender las métricas que deben considerarse imprescindibles o claves para analizar la efectividad de las acciones que llevamos a cabo y cuyos resultados queremos medir. Dominar las métricas y embudos de conversión en Analytics: controlar, medir y optimizar. Aprender a organizar datos y sacar el máximo partido del presupuesto. Generar beneficios de posicionamiento y conversión a través de Tácticas Pull: Inbound marketing y contenidos de calidad. Incrementar las conversiones a través de Tácticas Push: email marketing, promociones y retargeting. Fundamentación: La recogida y tratamiento de datos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web permite a las empresas disponer de una información esencial para la toma de decisiones. El análisis de datos como el tráfico, páginas vistas, demografía, páginas de entrada/salida o porcentaje de rebote permite optimizar las inversiones y se ha convertido en un área clave dentro de cualquier departamento de marketing. Así mismo, el fin de implementar estrategias eficaces que aumenten la conversión es imprescindible para adelantarse a la competencia. Con este programa aprenderás las mejores Tácticas Pull y Push que harán que tus conversiones se incrementen notablemente en tiempo record. ¿Estás preparad@?

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

TEMA 1. DEFINIENDO FUNNELS Y REDEFINIENDO KPIs

1.FUNNELS, KPIs y EXPERIMENTOS
2. REDEFINIENDO TU EMBUDO DE CONVERSIÓN
   2.1 LAS CONVERSACIONES SON CONVERSIONES
   2.2 DEFINIR TUS FUENTES DE TRAFICO
   2.3 DEFINIENDO EMBUDOS PRIMARIOS
   2.4 PREGUNTATE ALGUNAS CUESIONES A TI MISMO
   2.5 MANOS A LA OBRA
3.METRICAS EN ANALYTICS
   3.1 DISTINGUIENDO OBJETIVOS Y FUNNELS
   3.2 LOS GRANDES OBJETIVOS
   3.3 LOS TIPOS DE OBJETIVOS DE ANALYTICS
4.LOS EMBUDOS EN ANALYTICS
   4.1 CONFIGURAR LOS EMBUDOS DE CONVERSION
   4.2 RESUMIENDO: LA MATRIZ AARRR

TEMA 2. ANALÍTICA AVANZADA. KPIs y CHECKLISTS

1.ANALÍTICA AVANZADA
   1.1 ANALÍTICA BASADA EN EVENTOS
   1.2 ORGANIZACIÓN DE LOS DATOS
   1.3 SACANDO EL MÁXIMO DEL PRESUPUESTO
   1.4 CUÁNTO VALE UN CLIENTE
   1.5 COEFICIENTE VIRAL
2.CHECKLISTS
   2.1 ELEGIR NUESTROS CANALES DE INTERNET
   2.2 VARIABLES PRIMARIAS PARA LA SELECCIÓN
   2.3 OBJETIVOS DE LA EMPRESA
   2.4 PRESUPUESTO
   2.5 PERSONAL Y TALENTO DISPONIBLE
   2.6 ROI, ESFUERZO Y COSTE POR CANAL

© icaformación2026

2.7 FORMULAS PARA LA SELECCIÓN DE CANAL
3.CHECKLIST DE FACTORES SEO

TEMA 3. TÁCTICAS PULL. INBOUND MARKETING

1.EL INBOUND MARKETING
1.1 CONTENT / MARKET FIT
1.2 EL CONTENIDO DE CALIDAD ES EL MEJOR SEO
1.3 ERRORES HABITUALES
2.LOS ACTIVOS DE CONTENIDO
2.1 EL CONTENIDO ATRAE ENLACES
2.2 EL CONTENIDO CREA RELACIONES
2.3 EL CONTENIDO ES ACTIVIDAD SOCIAL
2.4 EL CONTENIDO MEJORA EL POSICIONAMIENTO
2.5 EL CONTENIDO GENERA SUSCRIPTORES
2.6 EL CONTENIDO GENERA CONVERSIONES
3.GENERACIÓN DE BENEFICIOS
3.1 EL TIEMPO DEL USUARIO ES ORO
4. LAS PRESENTACIONES, UN FORMATO CLAVE

TEMA 4. TÁCTICAS PUSH. EMAIL MARKETING, PROMOCIONES, RETARGETING

1.LAS TÁCTICAS “PUSH”
1.1 PPC Y ADWORDS
1.2 ERRORES TÍPICOS EN ADWORDS
1.3 LOS SKAGs INCREMENTAN LAS CONVERSIONES
2.RETARGETING / REMARKETING
2.1 CÓMO FUNCIONA EL RETARGETING
3.LAS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING. CHECKLIST
3.1 LA BASE DE DATOS DE CONTACTO
3.2 CÓMO CREAR CAMPAÑAS QUE ENGANCHEN

© icaformación2026