

OBJETIVOS Y MEDICIÓN DE RESULTADOS EN PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS



CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Dirigido a

Profesionales de cualquier sector quieran aprender o profundizar en el conocimiento de la planificación digital, poniendo especial énfasis en técnicos de marketing, media planner y marketing manager.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a planificar una estrategia de marketing online, abarcando aspectos como la determinación de los objetivos y métrica de los resultados de la campaña, así como la creación del panel de control.

Duración

- Modalidad e-learning: 7 horas
- Modalidad presencial: 4 horas
- Aula Virtual: 4 horas

METODOLOGÍAS Y GESTIÓN DE BONIFICACIONES

Metodología de la Formación Presencial / Aula Virtual

En AdelantTa, nos adaptamos a las necesidades de cada cliente, con la metodología más moderna y con formadores profesionales de primer nivel en sus áreas de conocimiento.

OBJETIVOS Y MEDICIÓN DE RESULTADOS EN PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS

Metodología de la Formación e-learning

Con un catálogo superior a los 6.000 cursos, la teleformación que ofrece AdelantTa es un modo óptimo de conseguir formar a los trabajadores, y una manera de incorporarse a los procesos de transformación digital, tan inevitables como ventajosos.

Gestión de Bonificaciones

En AdelantTa somos expertos en la gestión de bonificaciones de FUNDAE si desea que le realicemos el proceso completo para poder hacer uso de los créditos para la formación de los dispone su empresa.

COMPETENCIAS

1. Cómo establecer objetivos para orientar a resultados campañas digitales de marketing.
2. Cómo fijar métricas clave para orientar a resultados campañas de marketing online.
3. Cómo crear un panel de control para evitar desviaciones en las estimaciones y resultados de las campañas.

OBJETIVOS

1. Establecer correctamente objetivos y métricas clave para maximizar el performance de las campañas.
2. Identificar de forma precisa los indicadores de rendimiento de las campañas de marketing digital.
3. Asociar adecuadamente los elementos integradores de un cuadro de mando en función de objetivos y métricas.

CONTENIDOS

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.