

CICLO DE JORNADAS PARA EMPRENDEDORES Y PYMES 2013

Taller “Cómo ser el 1º en Google con SEO y SEM”

***¿quieres ser el 1º ?***

***aprende las distintas técnicas SEO,  
diseña una campaña eficaz en Google AdWords...  
... y empieza a recibir visitas ¡ya!***

***¡y con 2 horas para practicar!  
¿te lo vas a perder?***

---

***Más que SEO.es***

---

Día: 12 y 14 de marzo de 2013  
Horario: 10:30 – 14:30 horas  
Lugar: Colegiata, 11 – 28012 Madrid  
Metro Línea 1 Tirso de Molina  
Teléfono: 91 743 23 53  
Plazas limitadas  
Precio 49€  
Ingreso c/c número 0081 0639 18 0001082115 (m3d, s.l.)  
Concepto: Cómo ser el 1º en Google  
Enviar formulario de inscripción y comprobante de transferencia a [mlopez@ajemadrid.es](mailto:mlopez@ajemadrid.es)

Para más información, consultar en [www.masqueseo.es/taller-comoserelprimero](http://www.masqueseo.es/taller-comoserelprimero)

### **OBJETIVOS:**

El objetivo de esta jornada es ayudarte a optimizar tu web (SEO) para conseguir un buen posicionamiento natural en buscadores y, además, aprender a crear tu propia campaña en Google AdWords (SEM), a optimizarla y a rentabilizar tu inversión desde el principio.

### **DIRIGIDO A:**

- Directores o Responsables de los Departamentos de Comunicación y de Marketing
- Gerentes de empresas que pretendan realizar publicidad en buscadores
- Cualquier persona interesada en SEO o en Google AdWords

### **PONENTE:**

Chelo López. Directora de marketing online y especialista SEO de M3d y [www.masqueseo.es](http://www.masqueseo.es)

## **PROGRAMA:**

### **Día 1: SEO (4 horas)**

- I. Introducción al SEO
  - a. Factores on-page
  - b. factores off-page
- II. Optimización Web: Contenido, estructura, etc.
  - a. los meta tags y otras etiquetas
  - b. robots.txt
  - c. sitemap.xml
  - d. análisis SEO
  - e. Keywords
  - f. Urls friendly
  - g. redireccionamiento
- III. Herramientas SEO
- IV. Conclusiones

### **Día 2 (1ª parte): SEM (2 horas)**

- I. Introducción
  - a. Diferencias entre SEO y SEM
  - b. ¿Qué es AdWords?
  - c. ¿Qué beneficios aporta?
- II. Empezar con Google AdWords
  - a. Para poder empezar
  - b. Conceptos básicos
  - c. Cómo crear una cuenta en Google AdWords
- III. Creación de la campaña para la red de búsqueda
  - a. Configuración de la campaña
    - 1. Segmentación de campañas
    - 2. Asignar presupuestos
    - 3. Extensiones de anuncios
    - 4. Creación de anuncios
    - 5. Palabras clave
  - b. Optimización de la campaña
    - 1. Claves negativas

2. Nivel de calidad
3. Conversiones
4. Seguimiento

## Día 2 (2ª parte): Práctica SEO (1 hora)

En la práctica SEO veremos un caso real de optimización web

## Día 2 (2ª parte): Práctica SEM (1 hora)

Nos familiarizaremos con la plataforma y veremos cómo se inicia la gestión de una campaña.