

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

Para más información, consultar en 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

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.