



SEO e Google Ads

Como aumentar o tráfego qualificado em sites

Blended

Duração : 3 dias (28 horas)

Referência : 1196

Preço : 790,00 € + IVA

Intra empresa : Sob consulta



Disponível em formato 100% digital e presencial.

ON&OFFLINE

Este curso vai permitir obter conhecimento em áreas do Marketing Digital que são fundamentais para permitir a otimização e a correta promoção da sua empresa.



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Otimizar websites/ Blogs;
- Promover a marca / empresa nos meios digitais.

Destinatários

- Profissionais de marketing / marketing digital e gestores de conteúdo que pretendam aumentar tráfego qualificado nos sites pelos quais são responsáveis.

Percurso de aprendizagem

1ª Sessão Presencial (7 horas)

SEO/SEM - Search Engine Optimization / Marketing

- Introdução e conceitos-chave.
- Como funcionam os motores de pesquisa.
- Fatores a ter em conta no On Page SEO:
 - Pesquisa de Keywords;

- Meta Tags;
- Títulos;
- Densidade de keywords.
- Fatores a ter em conta no Off Page SEO:
 - Tipo de conteúdo;
 - Tipo de referência;
 - Velocidade e disponibilidade;
 - Boas práticas.
- Boas práticas e más praticas penalizadas pelos motores de pesquisa.
- Medir o impacto do SEO.
- Exercícios práticos.
- Enquadramento Google Search Console no perfil de Webmaster:
 - Gestão de erros;
 - Disponibilidade;
 - Velocidade;
 - Submissão ao motor de pesquisa;
 - Utilitários especiais (Disavow);
 - xml (web, video, news).
- Benchmarking de websites:
 - Análise de site próprio (empresas presentes) vs principais concorrentes;
 - Identificação de aspetos de melhoria e construção de Plano de Ação.

1ª Sessão online em grupo (2 horas)

- Apoio à implementação do Plano de Ação.

2ª Sessão Presencial (7 horas)

Google Ads

- Introdução ao Google Ads:
 - O que são anúncios do Google Ads;
 - Conceitos gerais e principais vantagens;
 - Configuração de uma conta Google Ads;
 - Vista geral do Google Ads.
- Campanhas Google Ads:
 - Estabelecimento de objetivos da rede de pesquisa;
 - Planear campanhas em função de estar na rede de pesquisa ou na rede de display do Google;
 - Pesquisa de palavras-chave para search;
 - Criação de grupos de anúncios;
 - Segmentação:
 - Por clique ou por visualização;
 - Localização;
 - Tipo dispositivo (desktop, móvel);
 - Horários;
 - Orçamento.
 - Formatos de anúncios;
 - Copy do anúncio.
- Análise de campanhas:
 - Análise de campanhas das empresas presentes;
 - Identificação de aspetos de melhoria e construção de Plano de Ação.

2ª Sessão online em grupo (2 horas)

- Apoio à implementação do Plano de Ação.

3ª Sessão Presencial (7 horas)

Análise e otimização de resultados

- Análise de resultados:
 - Otimização de resultados;
 - Importância da otimização contínua.
- Utilização avançada do Google Ads:
 - Configuração de remarketing através do Google Analytics;
 - Configuração Google Ads com integração com o Google Analytics;
 - Conversão com base no download e instalações de Apps;
 - Segmentação de utilizadores.
- Visão geral e utilização do Google Ads Editor.
- Análise de campanhas:
 - Análise de campanhas das empresas presentes;
 - Identificação de aspetos de melhoria e construção de Plano de Ação.

3ª Sessão online em grupo (2 horas)

- Apoio à implementação do Plano de Ação.

Sessão online Individual (1,5 horas)

- Feedback individual sobre a implementação do Plano de Ação e esclarecimento de questões.

Métodos pedagógicos

- Exposição de conteúdos;
- Exercícios práticos e análise de resultados.

Pontos fortes

- Análise e melhoria das práticas atuais e apoio na implementação do plano de acção através de sessões online, maximizando a utilização do Google Ads e SEO.