



**disruptive**  
digital  
education

# search marketing strategies: SEO & SEM - advanced

workshop

Lisboa

# search marketing strategies: SEO & SEM - advanced

Este workshop foi concebido por profissionais na área de Digital Marketing, que atuam na indústria nacional e internacional.

## **SOBRE O WORKSHOP**

Hoje em dia, SEO - Search Engine Optimization – e SEM - Search Engine Marketing - são fundamentos essenciais de uma estratégia de Marketing Digital. Este workshop visa introduzir aos formandos os princípios básicos de metodologias de Search Marketing Strategies como o SEO e SEM e a importância de compreender como medir e aumentar o tráfego qualificado dos websites.

Se por um lado SEO se concentra em desenvolver a compreensão da estrutura do site e o impacto do seu conteúdo no ranking dos motores de pesquisa, por outro o tema de SEM centra-se em usar o Google AdWords para implementar campanhas altamente eficazes de marketing online para direcionar o tráfego para um site e gerar leads de vendas.

A esmagadora maioria dos utilizadores começa a sua navegação por um motor de pesquisa. São hoje em dia o local de excelência onde todos nós procuramos produtos, serviços, respostas!

Este workshop de nível mais avançado procurará consubstanciar a compreensão do workshop de nível básico e introdução, aplicação e consolidação dos princípios avançados SEO – Search Engine Optimization e SEM – Search Engine Marketing.

Serão apresentadas formas melhoradas de aumentar a visibilidade de um website e consequentemente aumentar o tráfego orgânico, nomeadamente através da indexação correta de um website e palavras-chave que os utilizadores utilizam nas pesquisas. De igual modo, serão apresentadas técnicas avançadas de implementação de campanhas AdWords para obter a máxima eficiência, assim como estruturação e organização das campanhas com o objetivo de rentabilizar o orçamento e gerar mais visitas, geração de vendas ou leads.

**duração total** 16h - Aulas Teóricas / Práticas + Projeto

**investimento** 150€

**nota** Lotação limitada

## **REQUISITOS**

Conhecimentos básicos Microsoft Excel. Conhecimentos de Google Web Analytics; Conhecimentos de Wordpress (preferencial mas não obrigatório). É mandatório ter experiência prévia em gestão de projectos SEO e campanhas AdWords; Conhecimentos sobre construção de websites, HTML e webservers em geral.

## **PÚBLICO-ALVO**

Este curso (nível avançado) é indicado para quem já tenha efetuado o Workshop iniciado. É indicado para profissionais com experiência em digital como Marketing Managers, Gestores de Marca ou Produto, Web & IT Managers, Digital Marketing Strategists, Gestores de projetos ou responsáveis por departamentos, equipas de marketing e comunicação ou gestão direta de produtos digitais. Relações Públicas focados em canais digitais, Community Managers, Professional Digital Networkers.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO I - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION.

### 1. Search Engine Marketing.

- › Desenvolvimento de competências e reconhecimento da importância do SEM como estratégia integrante de um plano de marketing digital no Ecossistema Search;
- › O ZMOT e a importância de compreender a jornada do consumidor;

### 2. Ecossistema search.

- › Pecados mortais perante o Google. Que cuidados devo ter?
- › SEO mobile com websites RWD - Responsive Web Design
- › Linkbuilding: Como fazer e manter os resultados ao longo do tempo?
- › SEO on e off page;

### 3. A importância dos conteúdos para SEO.

- › Como estruturar websites e conteúdos tendo em vista o sucesso do SEO:
- › Frequência de pesquisas, competição e alcance;
- › Pensar os conteúdos para o consumidor; As palavras-chave não têm todas o mesmo valor. Como organizar As palavras-chave segundo a Jornada do Consumidor?
- › Elementos-chave on e off page para o SEO;
- › Como alinhar palavras-chave com a Jornada do Consumidor e com o Funil de Conversão?

### 4. Metodologia SEO.

- › Como implementar um projeto SEO gerindo as expectativas de todos os interlocutores?
- › A importância do método e âmbito do projeto SEO;
- › Como obter resultados relevantes?

### 5. Keywords: estratégias, ferramentas e análise.

- › Como encontrar palavras-chave relevantes e como analisar a sua eficácia;
- › Como usar para SEO o Google Instant e pesquisas relacionadas?
- › Como encontrar palavras-chave relevantes:
- › Google Instant;
- › O Planejador de Palavras-Chave (como identificar e gerar palavras-chave);
- › Google Trends;
- › Conhecimento de algumas funcionalidades avançadas de pesquisa relevantes para SEO.
- › Frequência de pesquisas, competição e alcance;
- › Indicadores de desempenho SEO no Google Analytics;
- › Google Search Console (como medir a eficácia das keywords);
- › Ferramentas SEO: WhatIsMySERP e Screaming Frog SEO Spider Tool (etc);

## 6. Reporting SEO.

- › Como indentificar os KPIs SEO certos?
- › Como reportar o sucesso do trabalho SEO?
- › Como ultrapassar os obstáculos de implementação SEO?

## 7. SEO e Web Analytics.

- › Indicadores para medir o trabalho SEO;
- › Como reportar em Google Web Analytics os KPIs de SEO?
- › Ferramentas monitorização dos motores de pesquisa;

## 8. Componente prática.

- › Elaboração de um estudo de palavras-chave SEO para um website em Wordpress (trabalho em equipa);
- › Exercícios sobre organização das palavras-chave SEO e sua aplicação num website;
- › Ferramentas para SEO;
- › Principais KPIs para avaliar os resultados SEO;
- › Ferramentas de monitorização dos motores de pesquisa (rankings);
- › Ligar a conta Google Analytics ao Search Consol;

## 9. Projeto (trabalho em equipa).

- › Como montar um site em “wordpress” com SEO;
- › Determinar o objetivo do website;
- › Elementos básicos/avançados em SEO;
- › Como redigir conteúdos amigáveis para os motores de pesquisa;
- › Plugins de SEO/Analytics para Wordpress;

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO II - SEARCH ENGINE MARKETING.

### 10. Como funciona o PPC.

- › Anunciar na pesquisa. O que são anúncios de resposta directa?
- › Outros motores de pesquisa (SAPO, Bing, Yahoo!, etc.);
- › Pay-per-Click em Google AdWords; o que é?
- › Exemplos de campanhas Pay-Per-Click e links patrocinados (anúncios de texto);

### 11. Criação de uma conta AdWords.

- › O que é uma Google Account;
- › Organização de uma conta AdWords;
- › O planeador de palavras-chave;
- › O que é, como criar um MCC e como gerir várias campanhas AdWords;

### 12. O Google AdWords Editor.

- › Obter e instalar a aplicação no computador;
- › Sincronização com a plataforma AdWords;
- › Boas práticas AdWords Editor;
- › Importar e exportar campanhas de uma folha de cálculo;

### 13. Campanhas Display.

- › O que são?
- › Especificidades das campanhas display;
- › Formatos;
- › Segmentações em display;

## 14. Remarketing em Display.

- › Determinar e configurar públicos-alvo em Google Web Analytics;
- › Ligar a conta AdWords a Google Web Analytics;
- › Como segmentar uma campanha Remarketing;

## 15. Conversões e performance – Breve introdução contextualizante.

- › Diferenças;
- › Como medir (conversões)?
- › Como otimizar?
- › O ROI;
- › E-mail marketing e afiliados;

## 16. Projeto (trabalho de equipa).

- › Elaboração de uma campanha AdWords (Anúncios de Texto e Banners) para a rede Search e Google Display Network para promover os websites criados durante o Workshop;
- › Estudo de palavras-chave AdWords (Anúncios de Texto e segmentação Contextual em AdWords);
- › Estruturação da campanha AdWords;
- › Definições da campanha AdWords;
- › Elaboração de uma campanha Display Remarketing;

### EQUIPAMENTO

Um computador por aluno; Projetor HD; Documentação em formato digital.

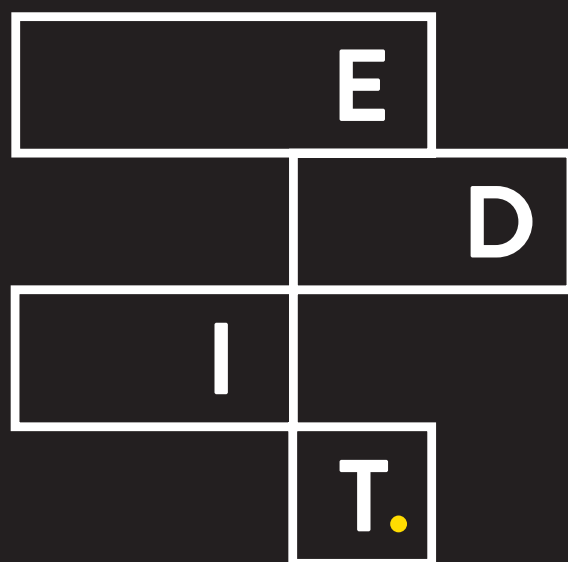
### CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica da escola em **formato digital**.

### TUTOR



**MIGUEL MAIO**  
HEAD OF DIGITAL  
Maxus Portugal



[www.edit.com.pt](http://www.edit.com.pt)

**EDIT.** Travessa das Pedras Negras  
**Lisboa** n.º 1 - R/C + 1.º Andar  
1100-404 Lisboa  
(+ 351) 210 182 455  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.** Rua Gonçalo Cristovão  
**Porto** n.º 347, 3.º piso, sala 309/302  
4000-270 Porto  
(+ 351) 224 960 345  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**Horário de funcionamento**  
segunda a sexta 10h-23h