



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**.

NOTAS

Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.

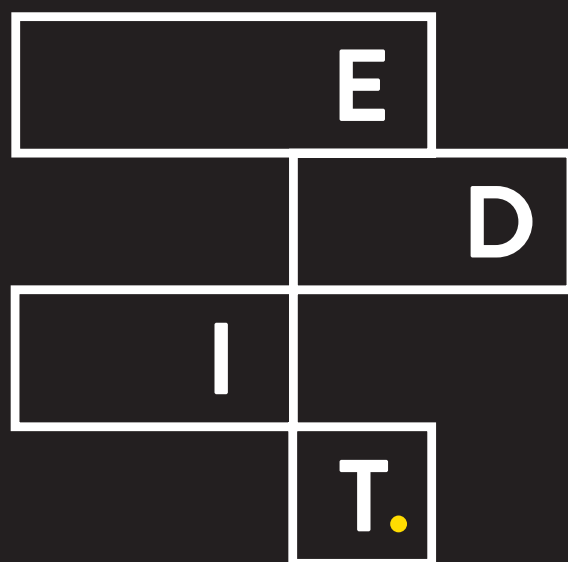
A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo

cancelar workshops de acordo com um número mínimo de interessados. Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do início do workshop.

Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.

Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocações.



www.edit.com.pt

**EDIT.
Lisboa**

Alameda D. Afonso
Henriques, 7A
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

**EDIT.
Porto**

Rua Gonçalo Cristovão
nº 347, 3º piso, sala 309/302
4000-270 Porto

(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt

**EDIT.
Madrid**

Calle de la Colegiata
9, Utopics_us
28012 Madrid

(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

Horário de funcionamento
segunda a sexta 10h-23h