

PLA D'ESTUDIS

Sessió 1. Introductòria

- Paid Media professional i Trafficker, sortides laborals i primers passos a l'estratègia d'Ads per a marques i empreses.
- Definint la professió i les sortides laborals.
- Primers passos, conceptualització i definició del Pla de Social Ads i Publicitat Digital.
- Anàlisi de situació inicial del client, marca o compte.

Mòdul 1: Pla de Social Ads i publicitat digital

Sessió 2

- Pla i desenvolupament pas a pas d'una campanya rendible i coherent de Social Ads
- Identificació inicial de l'audiència i elecció dels canals per aplicar Ads.
- Anàlisi de les campanyes dels competidors i Benchmarking de la teva competència.
- Identificació de formats que cal utilitzar per a l'estratègia d'Ads.

Sessió 3

- Definició de les primeres metes, objectius i fases del Pla.
- Elaboració de l'estratègia publicitària i definició d'objectius.
- Directrius i planificació de la campanya a desenvolupar.

Sessió 4

- Inversió i recursos necessaris per al desenvolupament del Pla.
- Definició de les primeres campanyes a desenvolupar.
- Tipus de campanyes segons els objectius, el KPI i les eines de mesurament.

Sessió 5

- Estratègia d'atracció per a Publicitat Digital visual Brand Marketing.
- Visual màrqueting per a Ads a Xarxes Socials
- Què publicar, com publicar i per a qui publicar.
- El paper decisiu dels elements gràfics d'un anunci.

Sessió 6

- Copywriting estratègic per a anuncis a Xarxes Socials
- Tot el que heu de saber abans de redactar anuncis a les Xarxes Socials.
- Els quatre passos fonamentals per escriure un anunci que no sembli un anunci i converteixi visites en clients.

Sessió 7

- Creació del format, creativitat i missatge perfecte aplicant els principis del Màrqueting visual i persuasió perquè la teva audiència faci clic.
- Pràctica de Canva i de definició de la part gràfica de un anunci para Xarxes Socials.

Mòdul 2: Social Ads

Sessió 8

- Social Ads: Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads i Twitter Ads.
- "Funnel" de vendes i "Social Media Paid"
- Generar l'estructura per nivells de cada campanya.
- Tipus d'audiències. Triant els objectius disponibles per a cada campanya
- Tipus d'anuncis i com triar de manera coherent el millor per a cada acció.
- Passos i caracterització de campanyes, segons les metes que arribis a establir.

Sessió 9

- Creació i configuració d'un compte publicitari i com gestionar el Business Manager.
- Creant l'estructura i els objectius de cada campanya.
- Prospecting i retargeting
- "Custom" i "lookalike": el públic personalitzat.
- Aprenent a segmentar les diferents audiències en funció del pressupost.

Sessió 10

- Ubicacions òptimes per als anuncis.
- Aplicacions i llocs web externs a les Xarxes Socials.
- Gestió de pressupostos i calendaris.
- Format de les imatges o vídeos.
- Optimització i seguiment diari i setmanal.

Sessió 11

- Píxel de (Facebook i TikTok Ads - auditoria, estructura d'esdeveniments i implementació correcta
- Catàlegs de productes a Facebook + DPA Dynamic Product Ads.
- Aspectes que heu de tenir en compte abans d'invertir en publicitat de xarxes socials.

Sessió 12

- Pràctica de: Com determinar quant invertir en Social Ads.
- Pràctica de: Conjunts d'anuncis i com desenvolupar-los.
- Pràctica de: Com optimitzar els anuncis en funció dels objectius de negoci.

Sessió 13

- Pràctica de: Diferents tipologies d'anuncis i objectius.
- Pràctica de: Pressupost mensual, segons quina sigui la durada de la teva campanya
- Pràctica de: Configuració i seguiment de les accions a través del píxel de conversió.
- Pràctica d'anuncis reals i campanyes que funcionen.

Sessió 14

- Social Analytics per a Ads a xarxes socials.
- Introducció a l'analítica de Social Ads.
- Objectius reals i determinació de KPI.
- Anàlisi de dades, i càlcul de mètriques per a les campanyes.
- Ús dels resultats per a l'optimització de les campanyes.

Sessió 15

- Com configurar una campanya avançada en menys de 30 minuts.
- Què funciona i què no. Les claus per crear un anunci d'èxit.
- Com trobar les audiències correctes que compren els teus productes i serveis.

Sessió 16

- Eines i metodologies d'anàlisi.
- Anàlisi de la rendibilitat de la campanya.
- Com calcular el retorn a les teves inversions a Ads (ROAS - Return On Advertising Spend) en campanyes de publicitat digital.
- Dashboards i reporting per a social Ads.

Sessió 17

- Practiques en Social Ads i Publicitat Digital
- Pràctiques d'optimització del compte publicitari.
- Gestió i disseny de reports.

Mòdul 3: Google Ads i altres cercadors

Sessió 18

- Estratègies avançades de Google Ads i anuncis a altres cercadors Google Ads al complet.
- Com configurar estratègicament una campanya per promocionar productes i/o serveis.
- Com dissenyar anuncis i redactar-los per optimitzar les campanyes a Google Ads.
- Segmentació d'audiències, segons l'objectiu de la campanya i la ubicació geogràfica.

Sessió 19

- Creació d'anuncis, tenint en compte les especificacions necessàries perquè siguin efectius.
- Generació de Keywords Longtail traient partit a les concordances.
- Optimització de l'estratègia per assolir els vostres objectius i potenciar el rendiment de les campanyes.
- Seguiment de les conversions aconseguides.

Sessió 20

- Google Ads a la pràctica
- La lògica de les plataformes d'anuncis PPC.
- Com elaborar campanyes amb poc pressupost.
- Com valorar els anuncis mitjançant el CTR o percentatge de clics per impressions.

Sessió 21

- Publicitat Digital: branding, formats, compra de mitjans digitals.
- Mitjans, suports i formats.
- Models de compra venda: CPM, CPL, CPC, CPA.
- Actors que intervenen: anunciants, agències, centrals de mitjans, mitjans digitals.

Sessió 22

- Gestió de campanyes i aspectes tècnics: adservers, tracking i redirect.
- RTB (Real Time Bidding).
- Performance Marketing per a campanyes d'Ads a Google.
- Els mitjans en línia com a generadors de leads.
- Planificació d'estratègies de captació i conversió.

Sessió 23

- Anuncis en vídeos de YouTube
- Lògica d'anuncis a YouTube Ads.
- Estratègia de "placements" a YouTube.
- Com publicar anuncis en qualsevol tipus de vídeo o canal que existeixi a la plataforma.

Sessió 24

- Google Analytics per a Google Ads.
- Com calcular mètriques i kpis per a les campanyes
- Mesuraments i resultats de Google Ads aplicats a CRO
- Mesuraments i resultats de Google Ads aplicats a la taxa de conversió i el coneixement de les conductes dels usuaris.

Sessió 25

- Anàlisi de la Rendibilitat de la campanya a Google Ads
- Com calcular el retorn a les vostres inversions (ROAS per a Google Ads) en campanyes de publicitat digital.
- Dashboards i reporting per a Google Ads.

Sessió 26

- Practiques en Google Ads i publicitat digital a cercadors.
- Pràctiques d'optimització del compte publicitari.
- Gestió i disseny de reports.

Mòdul 4: Estratègia i eines per la gestió de social Ads

Sessió 27

- Estratègia de gestió de Social Ads: accions i planificació diària.
- Integració amb l'estratègia del Pla de Màrqueting Digital.
- Identificació de les necessitats i els gustos del teu públic objectiu.
- Trieu el canal més idoni per fer els vostres anuncis.
- Identificant els objectius de negoci per a cada publicació o campanya.

Sessió 28

- Claus per al desenvolupament de campanyes de publicitat que funcionen.
- Estratègies avançades de segmentació per interessos i altres aspectes demogràfics.
- Com identificar el punt de motivació i atractiu que necessita el teu anunci perquè facin clic.

Sessió 29

- Segmentació i micro segmentació del target. Definició avançada del públic objectiu.
- Trucs psicològics aplicats a publicitat digital.
- Com utilitzar la persuasió als anuncis i com gestionar les respostes.
- Diferències entre ROI i ROAS.

Mòdul 5: Amazon

Sessió 30

- Publicitat Digital a Amazon.
- Crea la teva primera campanya.
- Sponsored brand i products.
- Optimització campanyes.
- Els resultats d'Amazon en atribucions.
- Consola publicitària a Amazon.
- Amazon a Espanya.

Sessió 31

- Requisits per anunciar-se a Amazon.
- Beneficis d'anunciar-se a Amazon.
- Requisits per anunciar un producte.
- Els nostres productes són Prime?
- Tipus d'anunciants.
- Qui pot tenir més accés a la publicitat d'Amazon?
- Registre de marques d'Amazon (ABR).