

disruptive
digital
education

search marketing strategies: SEO & SEA – foundations

workshop

Lisboa

search marketing strategies: SEO & SEA – foundations

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

SOBRE O WORKSHOP

A estratégia digital de qualquer marca conta com todos os canais, incluindo os físicos. A pesquisa por informação começa no motor de busca de qualquer dispositivo e no sistema que o utilizador/ consumidor prefere.

Se por um lado SEO se concentra em ter resultados a longo prazo e com a narrativa dos conteúdos, o Search Advertising centra-se em gerar tráfego instantâneo e entregar essa narrativa na altura certa. O Google Ads é das principais ferramentas para implementar campanhas altamente eficazes de marketing online para direcionar o tráfego para um site e gerar leads ou outro tipo de interações.

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 um nível introdutório procurará consubstanciar a compreensão e aplicação dos princípios básicos de SEO – Search Engine Optimization e SEA – Search Engine Advertising.

duração total 16h - Aulas Teóricas / Práticas + Projeto

investimento 190€

nota Lotação limitada

REQUISITOS

Conhecimentos de meios e ferramentas digitais. Gosto e interesse por motores de pesquisa e indexação de websites.

PÚBLICO-ALVO

Este curso (nível iniciação) é indicado a freelancers, Marketing Managers, Gestores de Marca ou Produto, Gestores de Projetos ou responsáveis por departamentos, equipas de marketing e comunicação ou gestão direta de produtos digitais. Relações Públicas focados em

canais digitais, e Professional Digital Networkers que não tenham prática nem contacto com ferramentas de SEO e SEM e que queiram conhecer os fundamentos e metodologias SEO e SEM, com enfoque especial na componente prática.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução ao Search Marketing.

- › A importância do SEM como estratégia integrante de um plano de marketing digital eficaz.
- › O consumidor/utilizador e a jornada cross-channel

2. Search Marketing: componente prática.

- › Definição de target e jornada

3. Search Engine Optimization vs Search Engine.

- › Objetivos
- › Resultados
- › KPI e Gestão de tráfego

4. SEO vs. SEA: Componente prática.

- › Definição de Objetivos estratégicos

5. Search Engine Optimization.

- › Os principais eixos do search
- › Fundamentos essenciais para a otimização técnica e de conteúdo
- › A relevância da experiência e da gestão de tráfego/de utilizadores
- › Estratégias, Táticas e conteúdo de SEO
- › Gestores de Conteúdos e tecnologias para plataformas web otimizadas

6. SEO: componente prática

- › Ferramentas: Google Search Console, Google Lighthouse, SEO Screaming Frog, Google Trends, SEM Rush, SEO Quake
- › Demonstração e interação de contas demonstração Google e outras ferramentas
- › Plano de recomendações técnico e conteúdo

7. Search Engine Advertising (3h).

- › Fundamentos e ecossistema do Advertising digital
- › Keyword Research
- › Formatos e tipo de negócio de Advertising por objetivo
- › Google Ads

8. Search Engine Advertising :componente prática

- › Keyword Research no Google Ads Planner
- › Elaborar dois grupos de anúncio

9. Análise e Monitorização.

- › KPIs e métricas para monitorizar e avaliar um projeto Search Engine Marketing

10. Projeto.

- › Definição de segmentação e audiências
- › Definição de objetivos específicos
- › Elaboração de otimização ou plano de recomendações de uma página
- › Elaboração de Keyword Research e plano de otimização dessa página
- › Execução/demonstração de campanha Google Ads, Paid Search

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.

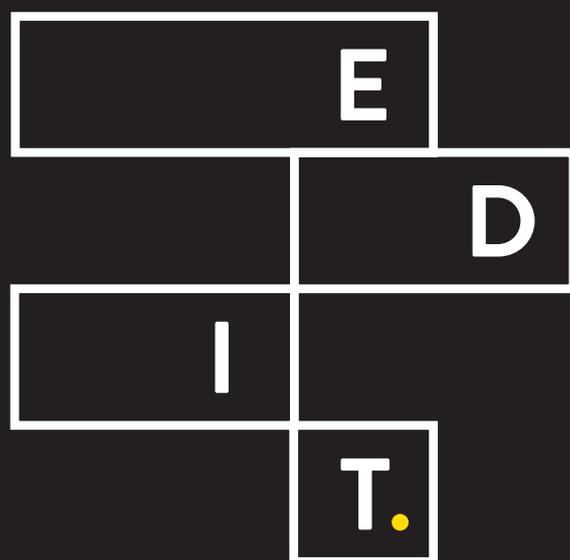
A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

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 deslocções.



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