



<https://www.linkedin.com/in/marcelodena/>

PROGRAMA DEL CURSO DE LINKEDIN ADS POR MARCEL ODENA

URL del curso en Udemy

<https://www.udemy.com/course/curso-linkedin-ads/>

Sección 1: Introducción

Presentación del Curso

Cómo crear una cuenta publicitaria en LinkedIn

Crear una cuenta publicitaria de LinkedIn Ads (opcional)

Estructura de una cuenta en LinkedIn

Gestión de Usuarios y Permisos en el Administrador de Campañas de LinkedIn

Métodos de Pago y Facturación en LinkedIn Ads

Sección 2: Tipos de Objetivos y Campañas

Introducción: tipos de objetivos, formatos de anuncios y opciones de puja

Objetivo: Conocimiento de la Marca. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo Visitas al sitio web. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo: Interacción. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo: Visualizaciones de vídeo. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo: Generación de contactos. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo: Conversiones en el sitio web. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Objetivo: Solicitudes de empleo. Formatos de anuncios y Opciones de Puja

Tipos de Campañas en LinkedIn

Sección 3: Anuncios en LinkedIn. Introducción

Tipos de anuncios: visión general

Cómo ver los anuncios de una empresa en LinkedIn

Cómo etiquetar las URLs de los anuncios

Rotación de Anuncios

Sección 4: Formularios de Generación de Contactos

Formulario Generación Contactos. Teoría y ejemplos

Creación de un formulario de generación de leads

Práctica: creación de un formulario de generación de leads (opcional)

Gestión de Leads procedentes de los formularios

Sección 5: Anuncios de Contenido Patrocinado

Introducción

Anuncio de Imagen. Teoría y ejemplos

Creación de Anuncio de Imagen con página de destino (URL)

Práctica: Creación de Anuncio de Imagen con página de destino (URL)

Creación de Anuncio de Imagen con Formulario de Generación de Contacto

Práctica: Creación de Anuncio de Imagen con Formulario de Generación de Contacto

Anuncio en Carrusel. Teoría y ejemplos

Creación de un Anuncio en Carrusel

Práctica: creación de un Anuncio en Carrusel

Anuncio de Vídeo. Teoría y ejemplos

Creación de un Anuncio de Vídeo

Práctica: creación de un Anuncio de Vídeo

Anuncio de Empleo

Anuncio para promocionar eventos de LinkedIn

Sección 6: Anuncios de Texto

Anuncio de Texto. Teoría y ejemplos

Creación de un Anuncio de Texto

Práctica: creación de un Anuncio de Texto

Sección 7: Anuncios Dinámicos

Anuncios Dinámicos. Teoría y ejemplos

Anuncio Dinámico: Obtener Seguidores

Anuncio Dinámico: Para Destacar (Spotlight)

Práctica: Anuncio Dinámico: Para Destacar (Spotlight)

Anuncio Dinámico de Empleo Tipo 1

Anuncio Dinámico de Empleo Tipo Destacar (Spotlight)

Sección 8: Anuncios de Mensajes Patrocinados (InMail)

Mensajes Patrocinados (InMail): visión general

Anuncio de Mensaje Patrocinado (InMail)

Práctica: Anuncio de Mensaje Patrocinado (InMail)

Anuncio de Mensaje en Conversación (InMail)

Sección 9: Segmentar en LinkedIn. Introducción

Segmentar en LinkedIn: Introducción y visión general

Segmentar por Ubicación Geográfica e Idioma

Opción "Habilitar la Expansión de Público"

Opción "LinkedIn Audience Network"

Sección 10: Criterios de Segmentación

Segmentar por Empresa

Segmentar por Características Demográficas

Segmentar por Educación

Segmentar por Experiencia Laboral

Segmentar por Intereses y Rasgos

Sección 11: Matched Audiences. Remarketing

Remarketing basado en visitas a la web

Remarketing basado en interacción con Formularios de Generación de Contactos

Remarketing basado en interacciones con anuncios de Video

Remarketing de Página de Empresa

Remarketing de Eventos en LinkedIn

Remarketing basado en interacciones con anuncios de Imagen

Segmentar utilizando listados de empresas (Account Based Marketing - ABM)

Segmentar utilizando listados de emails

Segmentar con Públicos Similares (Lookalike)

Segmentar con Públicos de Terceros

Sección 12: Etiqueta "Insight Tag" y Conversiones en LinkedIn

Etiqueta de "Insight Tag" de LinkedIn

Configuración de Conversiones en LinkedIn

Sección 13: Analizar el rendimiento y cómo optimizar campañas en LinkedIn

Tipos de métricas Parte 1

Tipos de Métricas Parte 2

Gráfico de Rendimiento: cómo utilizarlo

Informe de "Características Detalladas"

Exportación de informes

Sección 14: Fin del Curso, ¡Enhorabuena!

Mi mas sincera felicitación y hasta pronto

Sección 15: EXTRAS: Novedades de LinkedIn Ads

Marzo 2022. Nueva Interfaz del Administrador de Campañas de LinkedIn

URL del curso en Udemy

<https://www.udemy.com/course/curso-linkedin-ads/>



<https://www.linkedin.com/in/marcelodena/>