



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso en CRO: Conversion Rate Optimization***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso en CRO: Conversion Rate Optimization

**duración total:** 200 horas

**horas teleformación:** 100 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

En una estrategia de marketing digital el inbound marketing juega un papel esencial de cara a generar rentabilidad en un negocio a largo plazo. La fase de conversión de esta estrategia es esencial, dado que sin ella todo esfuerzo previo puede resultar inútil al no generar la conversión que genere el beneficio deseado. Son cada vez más las empresas que son conscientes de la importancia de optimizar la ratio de conversión para maximizar la rentabilidad. Este curso se basa en aplicar diversas técnicas y herramientas a la mejora de la conversión, incorporando elementos de psicología, análisis del consumidor, customer experience, optimización web y experimentación entre otros. INESEM ofrece los contenidos aplicados actualizados y el mejor equipo docente a tu disposición.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Analizar y comprender el comportamiento del consumidor y cómo mejorar su experiencia
- Desarrollar tu propia estrategia CRO de forma autónoma
- Optimizar los diferentes elementos del funnel de ventas
- Incorporar nociones de psicología de ventas y neuromarketing a la estrategia CRO
- Aplicar diferentes herramientas de optimización de la ratio de conversión.

## *para qué te prepara*

Este Curso Online en CRO (Conversion Rate Optimization) te prepara para optimizar el rendimiento comercial de tus productos y servicios ofrecidos en tus canales online. Aprenderás a desarrollar una estrategia de optimización de la ratio de conversión gracias a la planificación de objetivos y su consecución a través de diferentes acciones y herramientas. Adquirirás técnicas de psicología, persuasión, testing e investigación para conseguirlo.

## *salidas laborales*

Desarrolla tu carrera profesional en el ámbito del marketing digital y las ventas online especializándote en la optimización de la ratio de conversión. Conviértete en un experto CRO o aplica nuevas funciones como especialista multidisciplinar de marketing digital ya sea por cuenta propia en tu ecommerce / consultoría o en un puesto de responsabilidad para otra empresa.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General



MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Aplicando CRO. Conversion Rate Optimization'
- Manual teórico 'Optimización de la Tasa de Conversión'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUE ES EL CRO?**

1. Conceptos fundamentales
2. Medir nuestro CRO
3. Fases del CRO
4. Herramientas CRO
5. CRO y SEO

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEJORA DE CONVERSIÓN SEGÚN EL NEGOCIO DIGITAL**

1. Modelo de negocio Peer To Peer
2. Código Abierto
3. Freemium
4. Suscripción

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANTEANDO EL PROYECTO CRO**

1. Fases del proyecto
2. Elementos del proyecto
3. Ejecutando el proyecto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y KPIS**

1. Principales objetivos CRO
2. Estrategias a seguir
3. Métricas y KPI

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS PRINCIPALES A OPTIMIZAR**

1. Conocer a tus potenciales clientes
2. Identificar obstáculos
3. Rendimiento de la web
4. Interacción con el usuario
5. Carrito de la compra
6. Versión móvil

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONFIGURAR OBJETIVOS (URL DE DESTINO)**

1. ¿Que es una URL de destino?
2. Estrategias a seguir
3. Sacando el máximo provecho a nuestra URL destino y nuestras keywords
4. Buenas prácticas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. NEUROMARKETING APLICADO A CRO**

1. ¿Que es el neuromarketing?
2. Técnicas de neuromarketing
3. Implementando el neuromarketing en nuestro negocio
4. Técnicas útiles de neuromarketing

## **MÓDULO 2. APLICANDO CRO. CONVERSION RATE OPTIMIZATION**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX**

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERIENCIA DIGITAL Y EXPERIENCIA DEL USUARIO**

1. Monitorización de la experiencia digital del cliente
2. El marketing online

**+ Información Gratis**



3.Social media marketing

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONVERSION RATE OPTIMIZATION**

1.Introduccion a Conversion Rate Optimization

2.Tu primer funnel

3.Determina una hipotesis, experimentacion y prorizacion de metricas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CONVERSION**

1.Formularios

2.Call to action

3.Landing Pages

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DEL FUNNEL DE CONVERSIÓN**

1.Medición de la conversión

2.Mejora de la conversión

3.Herramientas CRO y Testing

4.Análisis Cross-Channel Marketing

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LANDING PAGE OPTIMIZATION**

1.Diseño

2.Mensajes

3.Formulario

4.Información

5.Reclamo

6.Páginas responsive

7.SEO

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEO Y COPYWRITING**

1.Fundamentos SEO

2.Estrategias de Copywriting para SEO

3.Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. COPYWRITING APLICADO**

1.Introducción

2.Conectar con la audiencia

3.Principales Técnicas

4.Apartado "Sobre mí"

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ANALYTICS**

1.¿Qué es Google Analytics?

2.Introducción a la analítica web

3.¿Como funciona Google Analytics?

4.Cookies

5.Introducción a JavaScript

6.Principios de Google Analytics

7.¿Qué es el porcentaje de rebote?

8.Página de destino

9.Conversiones

10.Objetivos

11.Eventos

12.Porcentaje de abandono

13.Visita/usuario único

14.Iniciar sesión en Google Analytics

15.Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web

16.Verificar que Google Analytics recibe datos

17.Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics

18.Gestión de usuarios

19.Eliminar cuenta de Google Analytics

+ Información Gratis

20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. HERRAMIENTAS PARA CRO**

1. Tipos de herramientas para optimizar CRO
2. Google tag manager
3. Google optimize
4. PageSpeed Insights de Google
5. Adobe Target
6. AB Testing
7. Optimizely

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN PARA UX**

1. SEO: claves de posicionamiento en buscadores para UX
2. Analítica web: herramientas, métricas, embudos, definición de KPIs y testing
3. Optimización: acciones enfocadas a la mejora de la conversión. Auditoria UX / UX CRO
4. Principios universales de diseño aplicados a conversión. Capa higiénica. Best practices
5. Best practices CRO según contexto de diseño. Dark patterns. Valoración del status CRO de un proyecto