

Bloque 4: - Marketing en Buscadores



ConnectEd

Dimas Noguera, Gerard Godet, Rozhina Ahmadi, Guillem Rovira, Èric Díez Apolo

Índice

ConnectEd

1. Objetivos tácticos de atracción por meses y distribuidos por fuentes y/o campañas
 - 2.1. Calendario de actividades y campañas SEO, PPC y otras fuentes de atracción
 - 2.2. Presupuesto
- 3.1. Grupo de búsquedas
- 3.2. Investigación de palabras clave
- 3.3. Táctica de uso de Kws para SEO y para Google Ads
- 4.1. Análisis de la competencia
- 4.2. Análisis para mejora de la propia web (usando un lugar de la competencia como propio)
- 4.3. Lista propia de factores de optimización a trabajar
- 4.4. Aplicación de factores de optimización visibles
- 4.5. Otras actividades de optimización
- 5.1. Lista de campañas a realizar
- 5.2. Diseño e implementación con Google Ads de 1 campaña
6. KPIs de analítica de atracción de tráfico

Objetivos Tácticos de Conversión ConnectEd

OTC	Descripción de OTC	ON	TdC	Táctica
OTC1	Que los estudiantes completen el formulario de registro en la app	ON1	10% de OCT4	A
OTC2	Que los usuarios agendan su primera reserva en la plataforma	ON2	30% de OTC1	A-F
OTC3	Que los usuarios que ya han tomado una reserva, hagan otra más	ON3	60% de OTC2	F
OTC4	Que los estudiantes visiten la página de inicio y exploren las opciones de clases	ON4	Visitas	A
OTC5	Que los usuarios sigan nuestras cuentas en Instagram y TikTok desde la app o la web	ON5	20% de OTC4	A-F
OTC6	Que los estudiantes compartan su código de referido con al menos un amigo y este se registre	ON6	60% de OTC2	R

Campañas de Adquisición de Tráfico

ConnectEd

ID	Nombre	T*	Fecha	Descripción resumida	Fuentes de tráfico	PO*	OTC
C01	Lanzamiento	A	01-30 Septiembre	Presentación de la app y captación de primeros registros	RRSS (orgánicas y anuncios), Google Ads (PPC), email marketing	N	OTC1 OTC4
C02	Época de Exámenes I	A	01-31 Octubre	Ayuda puntual antes de los primeros exámenes del semestre	SEO, Google Ads (PPC), RRSS, influencers universitarios	N/E	OTC2 OTC4
		F					
C03	Black Friday	A	20-27 Noviembre	Descuentos por tiempo limitado para captar registros y reservas	Google Ads (PPC), banners web, RRSS patrocinadas, newsletters	N/E	OTC1 OTC2 OTC4 OTC5
		F					
C04	Finales II	F	1-20 Diciembre	Promoción de packs de repaso para estudiantes con finales	SEO, RRSS, email marketing, Google Ads (PPC)	E	OTC3 OTC4 OTC6
		R					
C05	Época de Exámenes II	A	01-31 Marzo	Refuerzo para entregas, parciales y prácticas	SEO, RRSS (TikTok e Instagram), Google Ads (PPC)	N/E	OTC2 OTC4
C06	Finales I	F	01-31 Mayo	Retención de usuarios con reservas repetidas y referidos	Email personalizado, remarketing Google, RRSS, Google Ads (PPC)	E	OTC3 OTC4 OTC6
		R					

*T es la Táctica: Atracción (A), Fidelización (F), Recomendación (R)

*PO es el Público Objetivo: Clientes Nuevos (N), Clientes Existentes (E)

Calendario SEO

ConnectEd

Campaña	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Mantenimiento SEO												
Lanzamiento (C01)												
Exámenes I (C02)												
Black Friday (C03)												
Finales II (C04)												
Exámenes II (C05)												
Finales I (C06)												

- El SEO se trabaja puntualmente con antelación a las campañas de mayor impacto.
- Se aplica en meses clave donde queremos aparecer en búsquedas relacionadas con exámenes, clases de repaso o promociones.
- Black Friday, mayo y marzo son estratégicos, al igual que septiembre para el lanzamiento.

Calendario PPC

ConnectEd

Campaña	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Lanzamiento (C01)												
Exámenes I (C02)												
Black Friday (C03)												
Finales II (C04)												
Exámenes II (C05)												
Finales I (C06)												
Tráfico pagado constante												

- Se activa fuertemente en todas las campañas grandes, especialmente para captar registros, reservas urgentes o visitas al sitio web.
- Mantenemos tráfico pagado constante durante casi todo el año, menos en **julio** y **agosto**, para mantener el flujo de nuevos usuarios.

Calendario Email

ConnectEd

Campaña	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Lanzamiento (C01)												
Exámenes I (C02)												
Black Friday (C03)												
Finales II (C04)												
Exámenes II (C05)												
Finales I (C06)												
Newsletter mensual												

- Las campañas clave se acompañan de envíos **estratégicos**
- Se complementan con una **newsletter** mensual durante todo el curso para mantener informados a los estudiantes.

Calendario CPM / Redes Sociales ConnectEd

Campaña	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Lanzamiento (C01)												
Exámenes I (C02)												
Black Friday (C03)												
Finales II (C04)												
Exámenes II (C05)												
Finales I (C06)												
Contenido constante RRSS												

- Las redes sociales tienen presencia durante todo el año con publicaciones frecuentes (**contenido constante**).
- Se **intensifican** en las campañas clave (exámenes, lanzamientos, promociones) y sirven tanto para captar como para fidelizar.
- Se trabajarán en Instagram, TikTok y eventualmente LinkedIn.

Presupuesto SEO y PPC

ConnectEd

Mes	Campaña	*SEO	*PPC	Google Ads (€)	Total (€)
SEP	C01	200	500	500	1200
OCT	C02	250	500	600	1350
NOV	C03	300	500	800	1600
DIC	C04	250	500	700	1450
ENE		0	500	400	900
FEB		0	500	400	900
MAR	C05	250	500	500	1250
ABR		0	500	400	900
MAY	C06	300	500	900	1700
JUN		0	500	400	900
JUL		0	0	0	0
AGO		0	0	0	0

- Inversión planificada de septiembre a agosto, alineada con el calendario académico. Incluye:
 - Honorarios SEO y PPC por gestión de campañas y optimización.
 - Presupuesto mensual para Google Ads, variable según la intensidad de campaña.
- PPC activo todos los meses excepto **julio** y **agosto**, para mantener tráfico constante.
- SEO se activa en meses clave con campañas específicas (C01-C06).

Total anual estimado: 12.150 €.

*SEO - Honorarios (€)

*PPC - Honorarios (€)

Grupos de búsqueda

ConnectEd



Necesidad académica

Público objetivo:
Alumnos

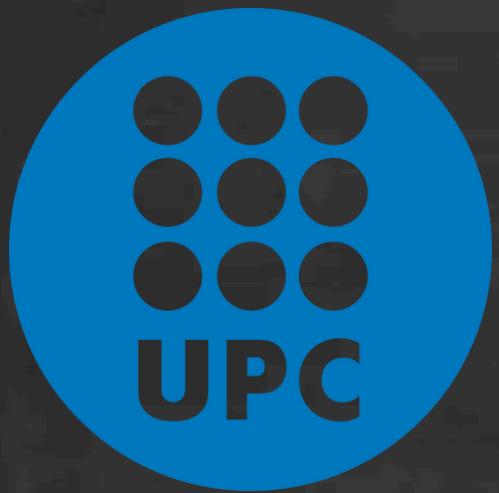
Intención:
Transaccional

Grupos de búsqueda

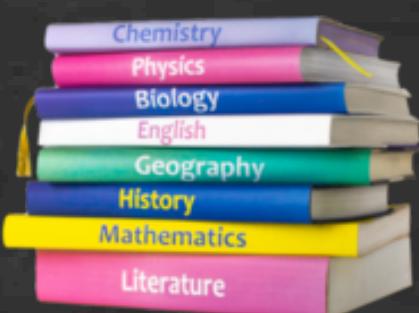
ConnectEd



Universitat de Barcelona



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona



Clases por asignatura o carrera

Público objetivo:
Alumnos

Intención:
Informativa/Navegacional

Grupos de búsqueda

ConnectEd



Modalidad y flexibilidad

Público objetivo:
Alumnos



Intención:
Navegacional/Informativa



Precios y suscripciones

Público objetivo:
Alumnos

Intención:
Navegacional/Transaccional

Grupos de búsqueda

ConnectEd



Profesores particulares

Público objetivo:
Profesores

Intención:
Transaccional/Navegacional

Grupos de búsqueda

ConnectEd



Profesores titulados

Público objetivo:
Profesores

Intención:
Transaccional/Navegacional

Grupos de búsqueda

ConnectEd



Divulgadores especializados

Público objetivo:
Profesores

Intención:
Transaccional/Navegacional

Investigación de palabras clave ConnectEd

Palabra Clave	Variaciones	Volumen de Búsqueda (ES)	CPC (€)	Competitividad	Competencia
curso online	-	1 mil - 10 mil	0,83 - 2,06	Alta	100
mejores academias online	-	10 - 100	1,01 - 4,41	Media	64
profesor particular	-	1 mil - 10 mil	0,54 - 1,80	Media	52
clases particulares [materia]	programación; matemáticas; física; economía; marketing digital	10 mil - 100 mil	0,26 - 1,43	Media	41
clases online [grado]	Ingeniería Informática; ADE; Telecomunicaciones	100 - 1 mil	0,71 - 2,78	Media	39

Investigación de palabras clave ConnectEd

Palabra Clave	Variaciones	Volumen de Búsqueda (ES)	CPC (€)	Competitividad	Competencia
academia online [materia, grado...]	programación; Ingenieria infromática; matemáticas; UPC	100 - 1 mil	0,68 - 2,06	Baja	60
clases de repaso [asignatura]	programación; negocio electrónico; economía	100 - 1 mil	0,35 - 1,02	Baja	21
clases	-	1 mil - 10 mil	0,46 - 2,19	Baja	4
academia	-	10 mil - 100 mil	0,53 - 1,97	Baja	1

Investigación de palabras clave ConnectEd

Palabra Clave	Variaciones	Volumen de Búsqueda (ES)	CPC (€)	Competitividad	Competencia
repaso [materia]	programación; negocio electrónico; economía	100 - 1 mil	0,4 - 1,37	Baja	1
aprobar [examen, asignatura, grado...]	programación; Ingeniería informática; matemáticas; UPC	100 - 1 mil	-	Baja	0

Táctica de uso de Kws

ConnectEd

Palabra Clave	Tactica de uso	Justificación	Campañas aplicables
curso online	SEO y PPC	Intención clara de formarse; relevante todo el año, útil para captar tráfico y conversiones.	C01, C02, C03, C04, C05, C06
mejores academias online	SEO	Búsqueda informativa/comparativa; ideal para contenidos que transmitan autoridad.	C01, C03
profesor particular	PPC	Muy transaccional; ideal en promociones y campañas de captación directa.	C01, C03
clases particulares [materia]	SEO y PPC	Término común y con intención mixta; útil para atraer y convertir.	C01, C02, C04, C05, C06
clases online [grado]	SEO	Más exploratoria; buena para contenido informativo en períodos no urgentes.	C01, C03, C05

Táctica de uso de Kws

ConnectEd

Palabra Clave	Táctica de uso	Justificación	Campañas aplicables
academia online [materia, grado...]	PPC	Alta intención de compra, ideal para campañas de adquisición directa.	C01, C03
clases de repaso [asignatura]	SEO y PPC	Alta intención en época de exámenes; buena para captar tráfico y cerrar ventas.	C02, C04, C05, C06
clases	SEO	Demasiado general para PPC; útil en SEO de marca o contenido base.	C01
academia	SEO	Igual que la anterior: buena para branding y posicionamiento general.	C01

Táctica de uso de Kws

ConnectEd

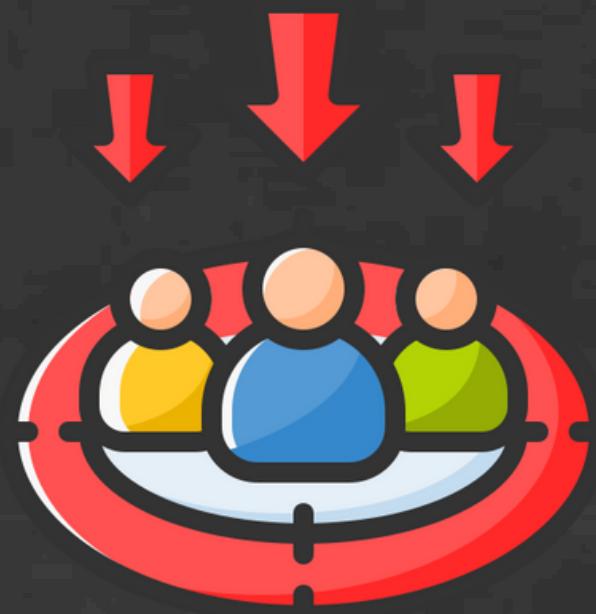
Palabra Clave	Táctica de uso	Justificación	Campañas aplicables
repaso [materia]	PPC	Muy enfocado a la urgencia académica; alto potencial de conversión.	C02, C04, C05, C06
aprobar [examen, asignatura, grado...]	SEO y PPC	Intención de resolver un problema académico urgente; útil para contenidos y campañas.	C02, C04, C05, C06

Kws negativas

ConnectEd



**Contenidos gratuitos o sin
intención de compra**
(Gratis, gratuito...)



Público no objetivo
(Primaria, ESO, niños...)



**Búsquedas académicas
generales o institucionales**
(Becas, matrícula...)

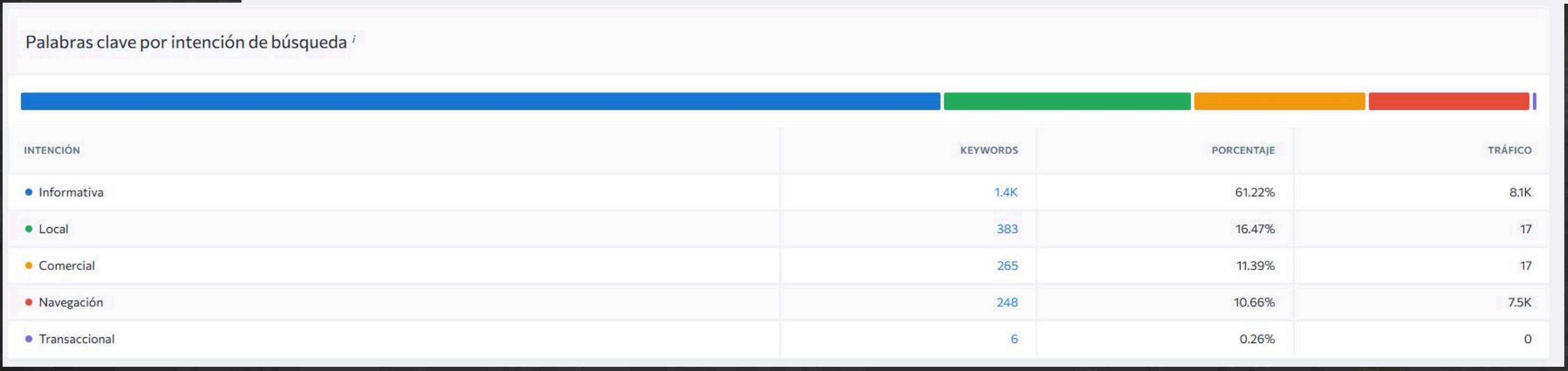
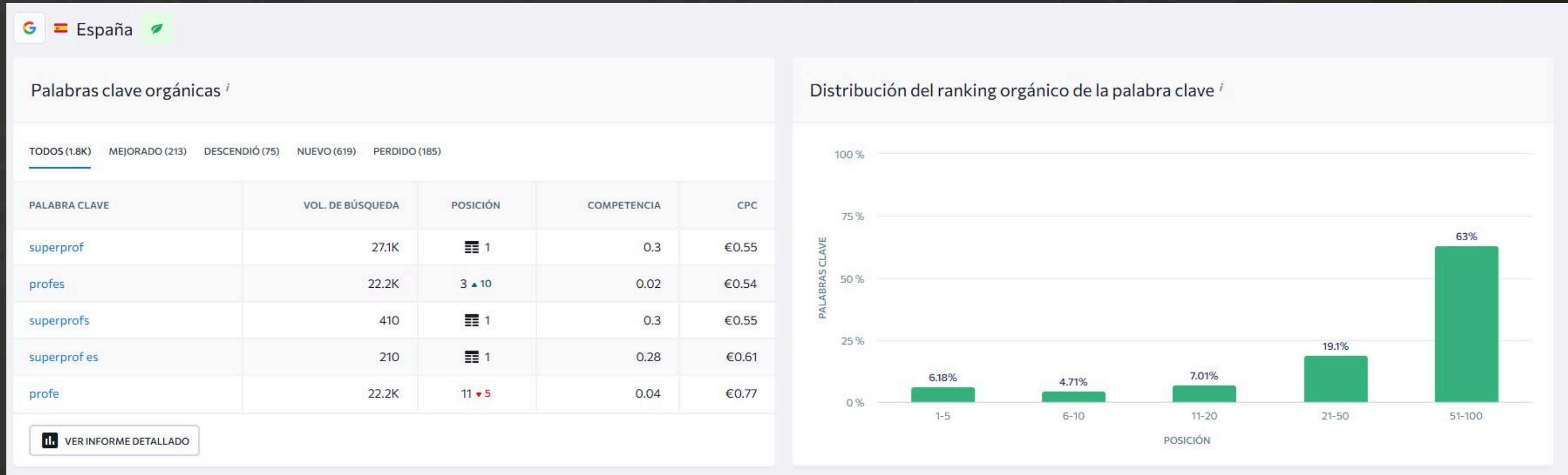
Análisis de la competencia

ConnectEd

The screenshot shows the 'Investigación de la Competencia' (Competition Analysis) section of the ConnectEd SE Ranking platform. The main navigation bar includes 'SE Ranking', 'Auditoría Web (Proyectos)', 'Rankings', 'Editor de contenido', and 'Investigación de la Competencia'. The left sidebar lists various project management and analysis tools: Proyectos, Investigación, Backlinks, Auditoría, Marketing de contenidos, Social Media, Marketing Local, New, Informes, and Paquete para Agencias. The current page is 'Visión general' (General Overview) for the URL <https://www.superprof.es/>. The search bar also includes a Google flag and currency dropdown set to EUR. A date selector shows 'Abril 2025'. The main content area starts with a task selection box: 'Buscar palabras clave potenciales' (Search for potential keywords), which is described as checking which keywords can position you better. It includes a 'VER PALABRAS CLAVE' button. Below this are four key performance indicators: Domain Trust (61), Page Trust (31), Organic Traffic (8.1K clicks/month), and Paid Traffic (2K clicks/month). There are also sections for Referring Domains (544) and Backlinks (14.9K). A note at the bottom states: 'Los picos que podrías observar en el gráfico se deben a nuestra actualización del algoritmo para pronosticar el tráfico. Los cálculos ahora son más precisos y se alinean mejor con los datos de Google Search Console, lo que te brinda una imagen más clara de las tendencias de tráfico.' (The peaks you might observe in the graph are due to our algorithm update to predict traffic. The calculations are now more accurate and align better with Google Search Console data, giving you a clearer picture of traffic trends.)

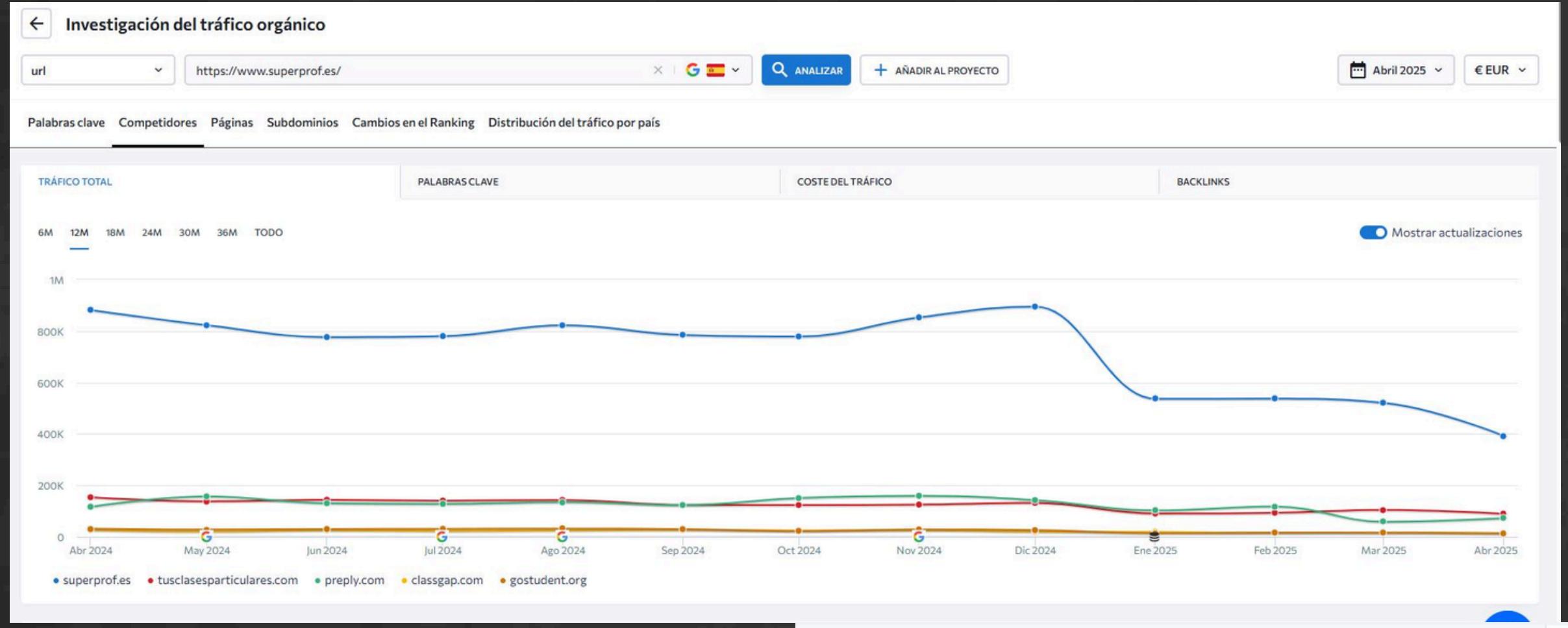
Análisis de la competencia

ConnectEd



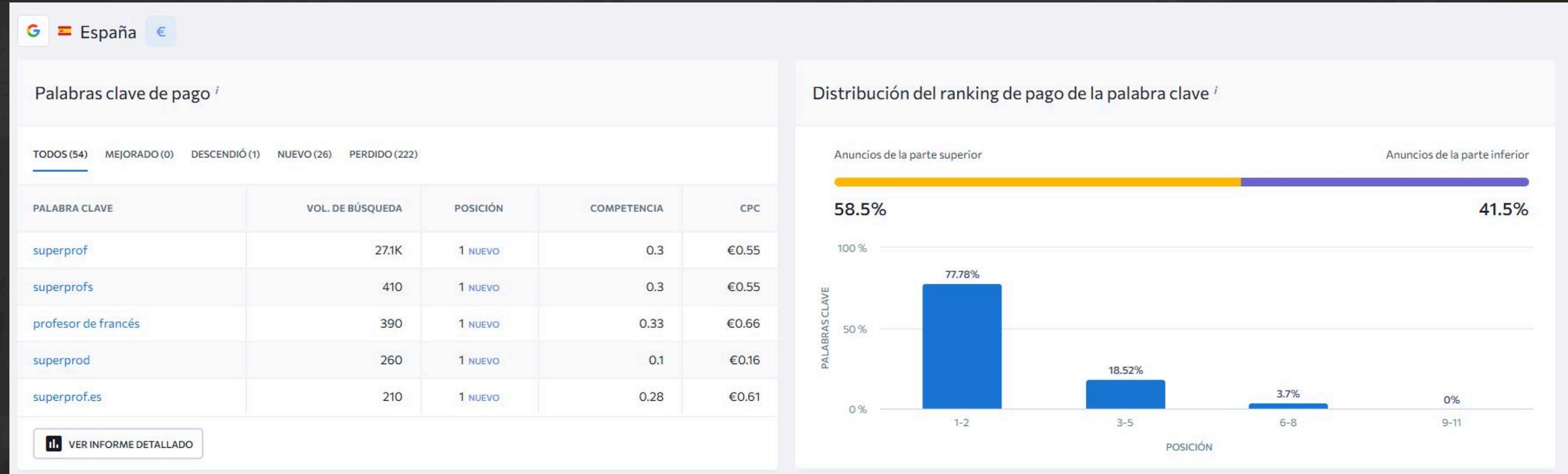
Análisis de la competencia

ConnectEd



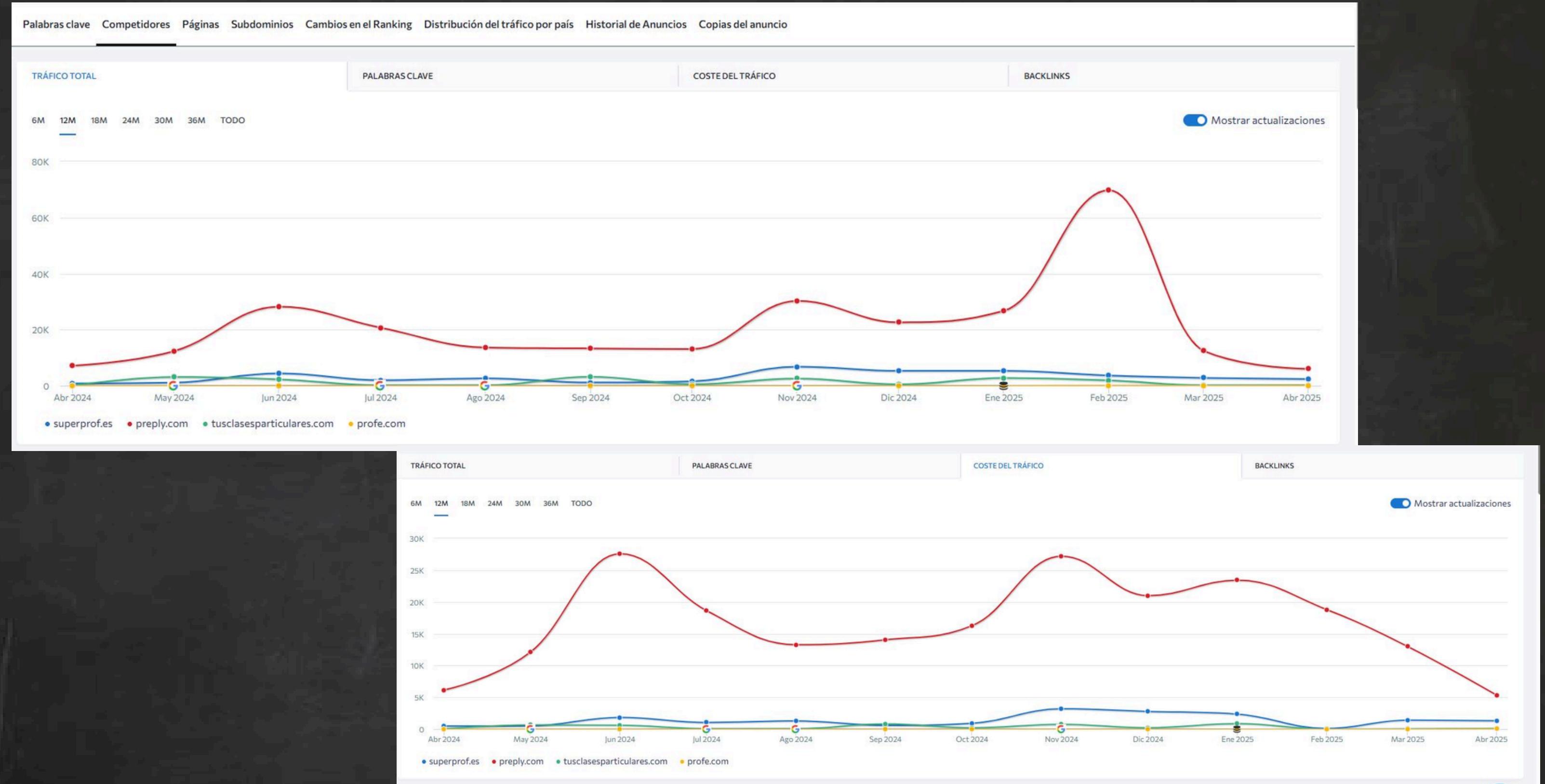
Análisis de la competencia

ConnectEd



Análisis de la competencia

ConnectEd



Análisis para mejora de la propia web

ConnectEd

Auditoría web > Resumen

Resumen / superprof.es

Última actualización Abr 10, 2025 Actualización programada Abr 17, 2025 Páginas rastreadas 500/500 Renderizado de JavaScript Desactivado

REINICIAR AUDITORÍA CONFIGURACIÓN EXPORTAR :

PUNTUACIÓN 84 Bueno

Tu sitio web: 84 Recomendado: 90+

PROBLEMAS POR TIPO 658 Problemas

- Errores: 510
- Advertencias: 17
- Avisos: 131

ÍNDICE DEL ESTADO DE LA PÁGINA 500 Páginas

- Tiene errores y advertencias: 499
- Todo en orden: 1

CASOS DE USO MÁS COMUNES

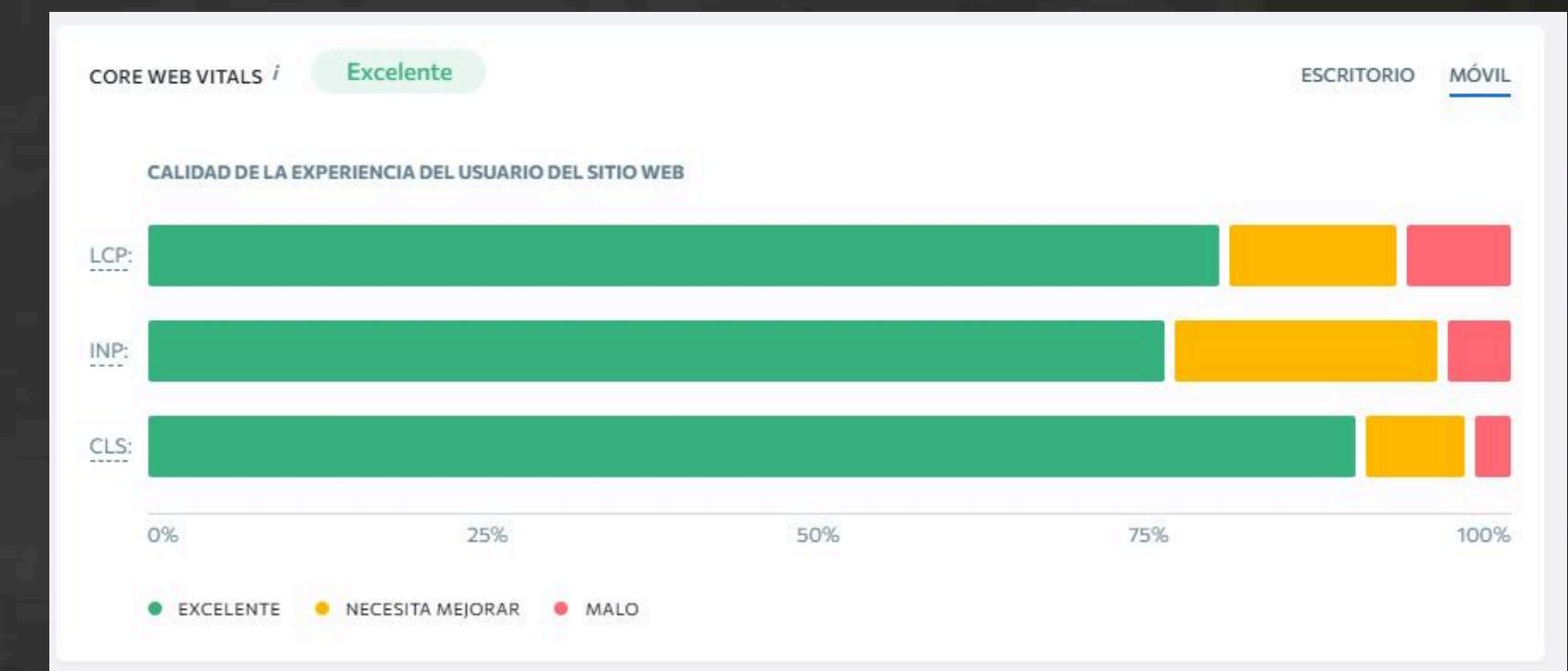
Casos de uso	Cantidad	Acción
Ver páginas no rastreadas	467	Exportar
Ver páginas no indexables	467	Exportar
Ver páginas con problemas de metadatos	7	Exportar
Ver enlaces a páginas problemáticas	1074	Exportar
Ver cadenas de redirectiones y bucles	0	Exportar

PROBLEMAS PRINCIPALES

VER TODO (658)	
✖ Códigos de estado HTTP 4XX	467
✖ Archivos de JavaScript externos con 3XX, 4XX o 5XX	24
✖ Faltan enlaces de confirmación (retorno) en las páginas de hreflang	10
✖ Hreflang a 3XX, 4XX o 5XX	9
⚠ Enlaces externos a 4XX	12

Análisis para mejora de la propia web

ConnectEd



Lista de factores de optimización

ConnectEd

🔍 FACTORS DE CONTINGUT DE LA PÀGINA (ON-PAGE SEO)

- **Paraules clau en llocs estratègics**
 - Title tag, H1, H2-H3, alt d'imatges, URL
- **Qualitat i originalitat del contingut**
 - Evitar còpies, aportar valor i estil propi
- **Longitud del contingut**
 - Articles \geq 800-1000 paraules (en temes competitius)
- **Actualització regular del contingut**
 - Prioritzar informació actual i rellevant
- **Bona estructura HTML (H1, H2, H3...)**
 - Jerarquia clara i escanejable per SEO i usuaris
- **Dades estructurades (Schema.org)**
 - Ressenyes, preus, serveis → Rich Snippets

🔗 FACTORS DE LINK BUILDING (OFF-PAGE SEO)

- **Backlinks de qualitat i del sector**
 - Llocs autoritzats, temàtica educativa
- **Diversitat d'enllaços i àncores**
 - Evitar repeticions, més natural
- **Reputació del domini que enllaça**
 - Millor pocs enllaços bons que molts dolents
- **Mencions sense enllaç (brand mentions)**
 - Google pot tenir-les en compte per reputació

Lista de factores de optimización

ConnectEd

FACTORS TÈCNICS DE LA PÀGINA (TECHNICAL SEO)

- Temps de càrrega i Core Web Vitals
 -  LCP, FID, CLS → experiència d'usuari
- Web responsive i apte per mòbils
 -  Adaptació a totes les pantalles
- Certificat SSL (HTTPS)
 -  Seguretat i confiança
- Sitemap i Robots.txt configurats
 -  Per facilitar la indexació correcta

FACTORS DE LOCAL SEO

- Google Business Profile optimitzat
 -  Fotos, descripció, horaris, ressenyes, actualització
- Consistència del NAP (Nom, Adreça, Telèfon)
 -  Exactament igual a totes les plataformes
- Ressenyes i respostes d'usuaris
 -  Milloren confiança i visibilitat local
- Paraules clau amb geolocalització
 -  Ex: “classes de repàs a Girona”

FACTORS D'EXPERIÈNCIA D'USUARI (UX I SEO)

- Temps de permanència i rebot
 -  Millorar contingut per retenir l'usuari
- Navegació intuïtiva i clara
 -  Menus, categories, filters, breadcrumbs

Aplicación de factores de optimización visibles

ConnectEd

DOMAIN FACTORS

DF1	Nombre de dominio fácil de recordar:
DF2	Palabras clave en el dominio: usar variantes como “clasesuniversitarias.cat” podría mejorar SEO.
DF3	Un buen historial de dominio, sobre todo en connected

Aplicación de factores de optimización visibles

ConnectEd

PAGE-LEVEL FACTORS

PLF1	Calls to Action fáciles, claros y visibles
PLF2	Adaptacion a mobile first, en nuestro caso lo más importante
PLF3	Arquitectura visual centrada en tareas

Aplicación de factores de optimización visibles

ConnectEd

SITE-LEVEL FACTORS

SLF1	Estructura clara de navegación
SLF2	Velocidad de carga
SLF3	Seguridad y confianza en todo el sitio, tanto de datos como del sitio

Aplicación de factores de optimización visibles

ConnectEd

USER INTERACTION FACTORS

UIF1	Pocos formularios, solo los necesarios
UIF2	Indicadores de proceso y carga
UIF3	Facilitar el contacto

Aplicación de factores de optimización visibles

ConnectEd

BRAND SIGNALS FACTORS

BSF1	Búsquedas por marca
BSF2	Citas en medios universitarios, formar parte de la misma universidad
BSF3	Ser parte de los estudiantes y del campus, fiestas, branding, etc...

Lista de campañas

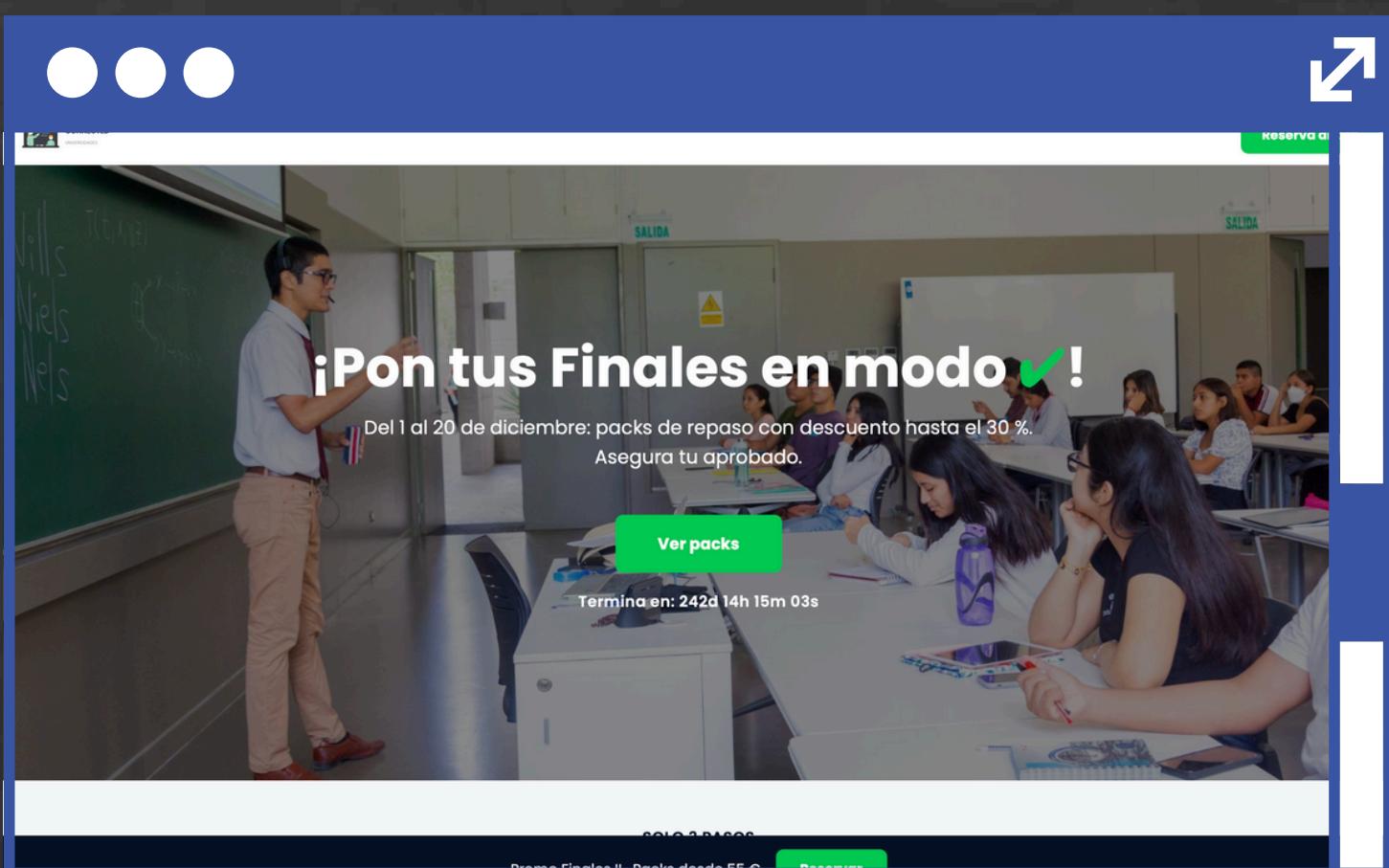
ConnectEd

CAMPAÑA	MES	DESCRIPCIÓN	FUENTES	PERIODO	CONVERSIÓN	LANDING	OTC
LANZAMIENTO	Septiembre	Campaña de presentación y lanzamiento de la app connectED, dirigida a captar los primeros usuarios, generar visibilidad y conseguir registros en la plataforma.	Redes sociales (orgánicas y anuncios), Google Ads (PPC), email marketing a contactos y listas previas.	01 al 30 de septiembre	Que los estudiantes completen el registro en la app y naveguen por la plataforma.	Página atractiva para captar primeros usuarios con registro sencillo, beneficios claros y presentación visual dinámica de la app.	OTC1 (registro), OTC4 (visitas web)
EPOCA EXAMENES 1	Octubre	Campaña orientada a estudiantes que se preparan para los primeros exámenes del semestre. Se ofrece ayuda puntual en materias específicas.	SEO, Google Ads (PPC), publicaciones en redes sociales, colaboración con influencers universitarios.	01 al 31 de octubre	Que los usuarios agendan su primera clase y visiten la web.	Página con listado de materias, reserva rápida y testimonios para preparación efectiva de exámenes universitarios.	OTC2 (primera reserva) OTC4 (tráfico)
BLACK FRIDAY	Noviembre	Campaña especial con descuentos por tiempo limitado para incentivar tanto nuevos registros como reservas de clases.	Anuncios en Google (PPC), banners en la web, publicaciones patrocinadas en redes sociales, envío de newsletters.	20 al 27 de noviembre	Nuevos registros, reservas de clases, seguimiento en redes sociales.	Diseño impactante con ofertas destacadas, cuenta atrás urgente, beneficios claros y llamada directa a la acción.	OTC1 (registro) OTC2 (reserva) OTC4 (tráfico) OTC5 (seguidores)
EPOCA EXAMENES 2	Marzo	Campaña de refuerzo para estudiantes con entregas importantes, parciales o prácticas durante el segundo tercio del curso académico.	SEO, redes sociales (especialmente TikTok e Instagram), Google Ads (PPC).	01 al 31 de marzo	Conseguir reservas de clases puntuales y generar tráfico a la app o web.	Página interactiva con filtro por materias urgentes, calendario visual y CTA para reservas rápidas inmediatas.	OTC2 (reserva) OTC4 (tráfico)
FINALES 1	Mayo	Campaña enfocada en retener a los usuarios existentes durante la época de exámenes finales del segundo semestre, con foco en reservas repetidas y referidos.	Email marketing personalizado, remarketing en Google y redes sociales, anuncios PPC.	01 al 31 de mayo	Repetir reserva, generar más visitas al sitio y referir amigos.	Página personalizada con sugerencias basadas en historial previo, ofertas exclusivas y recompensas claras por referidos.	OTC3 (segunda reserva) OTC4 (tráfico) OTC6 (recomendación)

Campaña elegida

ConnectEd

CAMPAÑA	MES	DESCRIPCIÓN	FUENTES	PERIODO	CONVERSIÓN	LANDING	OTC
FINALES 2	Diciembre	Campaña dirigida a estudiantes que se enfrentan a los exámenes finales del primer semestre. Se promueven packs de horas y ofertas para usuarios recurrentes.	SEO, anuncios en redes sociales, campañas de email marketing, PPC.	01 al 20 de diciembre	Que los usuarios que ya han reservado anteriormente vuelvan a hacerlo, visiten la web y refieran a nuevos usuarios.	Página con packs de repaso claramente definidos, cuenta atrás para incentivar compra, código referidos y 3 pasos rápidos.	OTC3 (segunda reserva) OTC4 (tráfico) OTC6 (recomendación)



Creación de la campaña

ConnectEd

Parleu-nos de la vostra empresa

Rebreu suggeriments en funció de la informació que proporcioneu

Com es diu la vostra empresa?

Introduïu el nom de l'empresa (opcional)

ConnectED

On s'ha de dirigir els usuaris després de fer clic al vostre anunci?

Un lloc web

Penseu en allò que anunciau i introduïu l'URL més rellevant. Pot ser una pàgina concreta del vostre lloc web, la vostra pàgina d'inici, un canal de YouTube o una pàgina de mitjans socials.

Introduïu un URL de pàgina web*

https://guillem9988.github.io/test/

Altres

Els suggeriments provenen del vostre perfil d'empresa a Google, de Google Maps i de fonts públiques. Podeu actualitzar la informació de Google en qualsevol moment. [Més informació sobre el vostre perfil d'empresa](#)

Omet

Següent

Trieu el vostre objectiu general

Seleccioneu un objectiu per adaptar la vostra experiència als objectius i a la configuració més adients per a la vostra campanya

- Vendes**
Genereu vendes en línia, a l'aplicació, per telèfon o a la botiga
- Contactes**
Obteniu contactes i altres conversions animant els clients a fer alguna acció
- Trànsit al lloc web**
Dirigu els usuaris adequats al vostre lloc web
- Promoció d'applications**
Obteniu més instal·lacions, implicació i preregistres per a la vostra aplicació
- Notorietat i consideració**
Arribeu a un públic ampli i genereu interès en els vostres productes o en la vostra marca
- Promocions i visites a botigues locals**
Impulseu les visites a botigues locals, també a restaurants i concessionaris
- Crea una campanya sense ajuda**
A continuació, haureu de triar una campanya

Creación de la campaña

ConnectEd

The screenshot displays the 'Segments de públic' (Public Segments) section of the campaign creation tool. On the left, a sidebar lists five navigation options under 'Navega': 'Qui són' (Who they are), 'Quins són els seus interessos i hàbits' (What interests and habits do they have), 'Què cerquen activament o què estan planejant' (What they are actively searching for or planning), 'Com han interaccionat amb la vostra empresa' (How they have interacted with your company), and 'Els vostres segments de públic combinat' (Your combined public segments). The 'Qui són' option is currently selected, indicated by a blue bar at the top of the sidebar.

On the right, the 'Ubicacions' (Locations) section is open, showing the following configuration:

- Selection message: "Seleccioneu ubicacions per a aquesta campanya" (Select locations for this campaign)
- Options:
 - Tots els països i territoris
 - Espanya
 - Introduceix una altra ubicació
- Selected location: "Catalunya, Espanya comunitat autònoma" (Catalonia, Spain autonomous community)
- Search bar: "Introduïu una ubicació per incloure o excloure" (Enter a location to include or exclude)
- Advanced search link: "Cerca avançada"
- Section header: "Opcions d'ubicació" (Location options)
- Idiomes (Languages) section:
 - Selection message: "Seleccioneu els idiomes que parlen els vostres clients" (Select the languages that your clients speak)
 - Search bar: "Comenceu a escriure o seleccioneu un idioma" (Start writing or select a language)
 - Selected languages: Català, Espanyol, Anglès

Creación de la campaña

ConnectEd

Edita les paraules clau de segmentació

Fet

curso online
academia online
profesor particular
clases particulares

Obteniu idees de paraules clau

<https://guillem9988.github.io/test/>

Introduïu el vostre producte o servei

+	Paraules clau	Rellevància
+	acceso universidad	99
+	prueba de acceso a la universidad	94
+	examen de admision san marcos	89
+	grado en administración y dirección de	84

Afegeix totes les idees

Opció de configuració de paraules clau [?](#)

Públic: mostra els anuncis als usuaris que puguin estar interessats en aquestes paraules clau i en pàgines web, aplicacions i vídeos relacionats amb aquestes paraules clau

Contingut: mostra els anuncis només en pàgines web, aplicacions i vídeos relacionats amb aquestes paraules clau

Pressupost

Definiu el pressupost diari mitjà per a aquesta campanya

23,00 €

El màxim que pagareu al mes és el pressupost diari multiplicat per 30,4 (la mitjana de dies del mes). Alguns dies la despesa podrà ser menor o major que el pressupost diari. [Més informació](#)

Ofertes

En què us voleu centrar? [?](#)

Conversions ▾

Recomanada per a: objectiu de la campanya

Com voleu obtenir conversions? [?](#)

Maximització de conversions automàtica ▾

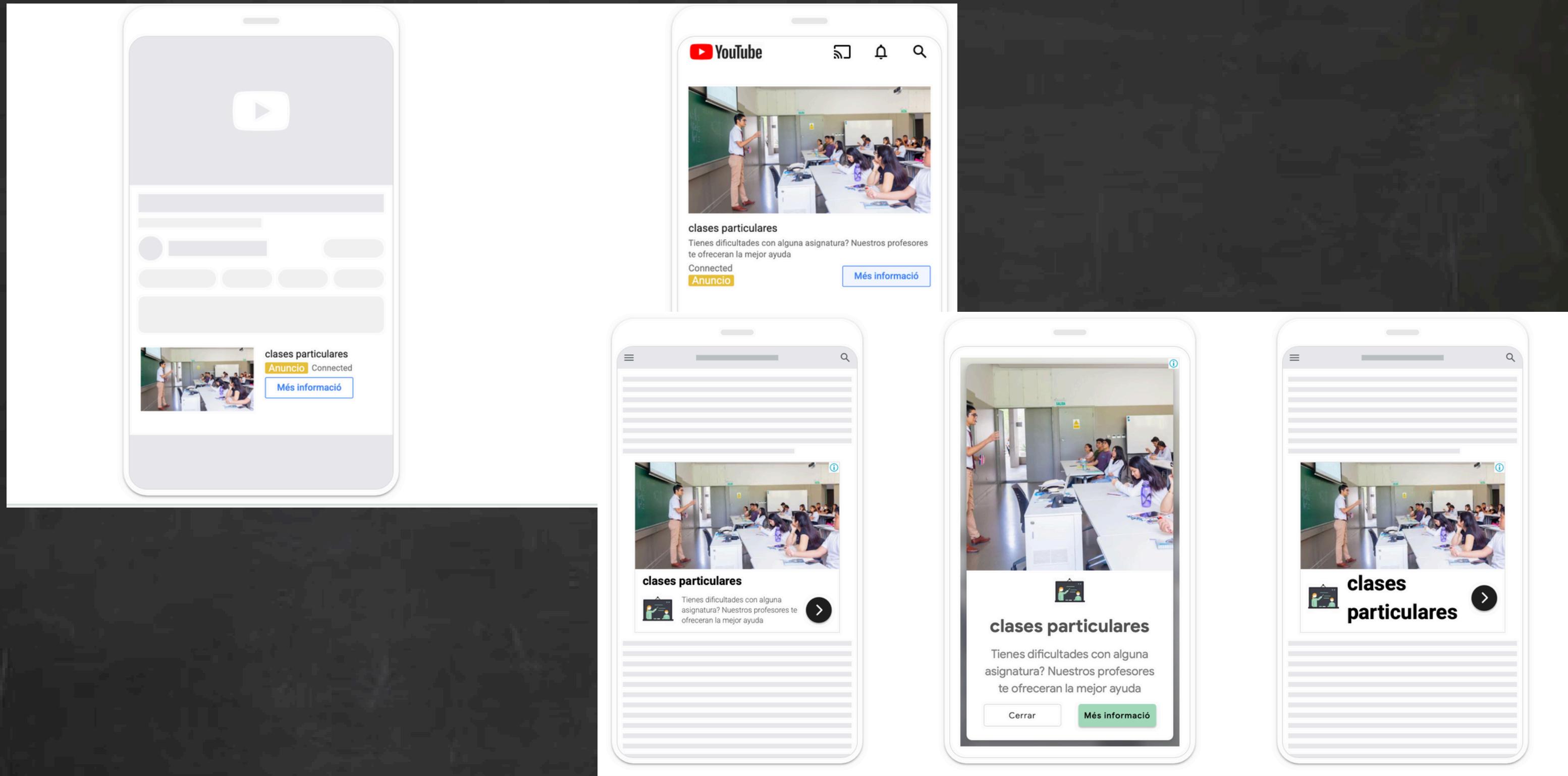
Defineix un cost per acció objectiu

Aquesta campanya utilitzarà l'estratègia d'oferta **Maximització de conversions** per ajudar-vos a obtenir el màxim nombre de conversions amb el pressupost que heu definit

O seleccioneu una estratègia d'oferta directament (opció no recomanada)

Creación de la campaña

ConnectEd



KPIs de analítica de atracción de tráfico

ConnectEd

OTA	KPI	OBTENCIÓN
SEO Local Catalunya	Número de visitas desde búsquedas orgánicas en Catalunya Gráfico de líneas por meses	Google Analytics + Consola de Búsqueda. Filtrar por queries localizadas (“clases particulares UAB”, “professors UB”, etc.).
RRSS Locales	Visitas desde redes sociales segmentadas por ubicación Gráfico de líneas por meses	Meta Business / TikTok Ads con geotargeting por ciudades catalanas.
Referral Estudiantil	Nº de visitas únicas generadas por referidos Gráfico de líneas por meses	Google Analytics con tracking por links de referidos personalizados.
Campañas PPC Catalunya	Nº de visitas desde campañas pagadas con enfoque regional Gráfico de líneas por días o semanas	Google Ads + UTMs

GRACIAS POR LA
ATENCIÓN

