

- Si tuvieras un sitio web de cursos online y tu objetivo fuera vender cursos de marketing digital, explica qué estrategias SEO y SEM llevarías a cabo.

Para impulsar la visibilidad y venta de cursos la investigación de palabras clave sería el primer paso, identificando términos relevantes y de alto volumen de búsqueda mediante herramientas como Google Keyword Planner. Luego, optimizaría el contenido del sitio incorporando estas palabras clave en títulos, encabezados y contenido, mejorando también meta descripciones y etiquetas alt de imágenes.

- ¿Cuáles serían los pasos para crear tu estrategia SEO siguiendo con este ejemplo?

En cuanto a la estrategia SEM, utilizaría Google Ads para lanzar campañas de palabras clave específicas relacionadas con cursos de marketing digital. Los anuncios serían diseñados con llamadas a la acción claras y se realizarían pruebas A/B para mejorar su rendimiento. La segmentación de audiencias específicas según intereses y comportamientos también sería parte de esta estrategia.

- ¿Qué tipo de landing page utilizarías en cada fase del embudo de conversión en este caso?

Para la estructura de las landing pages a lo largo del embudo de conversión, en la parte superior del embudo, implementaría una página de destino destacando la importancia del marketing digital y ofreciendo contenido gratuito. En la fase intermedia, se presentarían páginas de destino que detallan cursos específicos, resaltando beneficios y características únicas. En la parte inferior del embudo, diseñaría una página de ventas completa con detalles exhaustivos de los cursos, testimonios, garantías y opciones de compra claras.