

# CURSO DE SEO PARA UX



Inicio  
18/09/2017



30 h.



Presencial



Madrid



Bolsa de  
empleo



495€

El objetivo de este curso es **profundizar en cómo el SEO puede ayudar a diseñar mejores experiencias de usuario**. La idea se centra en conocer las estrategias aportadas por el SEO y los principios del neuromarketing para optimizar los procesos que llevan a la conversión final de los usuarios.

Trabajaremos con los principios de persuasión, detallaremos las fases del funnel de conversión, hablaremos de journeys y expectativas, así como de taxonomías y organizaciones. Además, aplicaremos los principios tanto en web como en móvil y aprenderemos cómo sacar lo mejor de las herramientas de analítica para utilizar sus datos en nuestros diseños.

## OBJETIVOS

- 1 Conocer en detalle los aspectos relacionados con el SEO, el neuromarketing y los principios de persuasión aplicables a una correcta estrategia de experiencia de usuario
- 2 Profundizar en el proceso de conversión, sus fases y las implicaciones para una correcta experiencia de usuario
- 3 Aprender modelos y técnicas para generar arquitecturas y modelos de navegación adecuados en relación al SEO
- 4 Conocer las herramientas que nos puede aportar la analítica a la hora de plantear oportunidades de mejora
- 5 Aprender la importancia del App Store Optimization y su correcta definición

# NÚMEROS DE KSCHOOL

**1620**

Alumnos

**142**

Ediciones

**44**

Programas

**4**

Ciudades

## BOLSA DE EMPLEO

**DONDE  
TRABAJAN  
NUESTROS  
ALUMNOS**

**EMPRESAS  
COLABORA-  
DORAS**

**EMPRESAS  
DE NUESTRA  
BOLSA DE  
EMPLEO**

**DONDE  
TRABAJAN  
NUESTROS  
PROFESORES**

**96%**

Alumnos están  
trabajando

**75%**

Encuentra trabajo  
en los primeros 12 meses

**93%**

Alumnos satisfechos

**82%**

Recomendaría nuestros  
programas

# DICEN DE NOSOTROS



**Marta Cámara**  
Data Science  
& Negocio  
en EURO 6000  
1ª ed. Máster en  
Data Science

*"El máster me está ayudando mucho en mi carrera profesional porque me está abriendo un amplio campo de posibilidades y conocimientos."*



**Albert Riera**  
Owner and  
Project Manager  
at Reactiva  
UX/UI Consultant  
1ª ed. Máster en  
SEO-SEM  
Profesional

*"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."*



**Juanfra Cózar**  
Marketing y  
Diseño Gráfico  
en Zailand  
7ª ed. Máster en  
Análítica Web

*"De KSchool destacaría su método práctico "ponte con". Con el proyecto individual con webs reales aprendes una barbaridad."*



**Luis Muñoz Vargas**  
Service Designer  
en The Cocktail  
5ª ed. Máster en  
Usabilidad y  
Experiencia  
de Usuario

*"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."*



**Álvaro Peñalba**  
Digital Marketing  
en Cross Nutrition  
9ª ed. Máster en  
Técnicas de  
Marketing Online

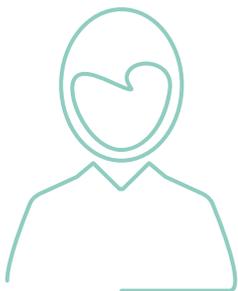
*"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."*



**Víctor Gutiérrez**  
Consultor SEO SEM  
& Diseño web,  
in-house freelance  
8ª ed. Máster en  
SEO-SEM  
Profesional

*"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "*

# PERFIL DEL ALUMNO



Si eres diseñador de experiencia de usuario o diseñador de productos, en este curso podrás encontrar respuestas apoyadas en datos aportados por el SEO. Por otro lado, si te has formado en marketing digital y quieres ampliar tu conocimiento con su aplicación al mundo de la experiencia de usuario, en este curso encontrarás también tu lugar.



Este curso te aportará una bola extra de conocimiento relacionado con el SEO aplicado a la consecución de una experiencia óptima y con un enfoque hacia la conversión. Además, te permitirá afrontar tus próximos proyectos con mayores garantías al poder basar tus decisiones de experiencia de usuario en nuevas herramientas y estrategias.

# CALENDARIO

SEPTIEMBRE 2017						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Inicio

OCTUBRE 2017						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



Fin

## PROFESORES



Henar Vega  
UX Consultant  
at Secuoyas

Henar es senior UX designer en Secuoyas además de colaborar como profesora en escuelas de diseño y negocio. Tiene más de 10 años de experiencia profesional, trabajando en diferentes sectores con grandes empresas, centros de I+D o startups pero siempre ligado al mundo de la experiencia de usuario, la estrategia y la innovación. Es ingeniera de formación y psicóloga en proceso, lo que la convierte en una mezcla curiosa de capacidades. Muy inquieta y autodidacta, puedes seguir sus aventuras en: @henarvega



Nuño López  
CMO en  
Coches.com

Nuño es Ingeniero de Telecomunicación e Ingeniero Informático pero siempre fue para letras, así que al poco de terminar se especializó en marketing. De eso hace ya 9 años. Da clases en varias escuelas de negocio y máster, es mentor en el Google Campus Madrid, consultor para fondos de inversión, y consultor de algunas cosas SEO, ASO, SEM, UX, Usabilidad, User Testing, Producto,... pero sobretodo, se le cae la baba con coches.com invirtiendo la mayor parte de tiempo como CMO y socio.

# TEMARIO

1

## MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN PARA UX EN SEO Y NEUROMARKETING

- Qué es el SEO? Qué es el UX?
- Cómo se relacionan?
- Por qué es importante relacionar ambas temáticas?
- El cerebro
- Principios de persuasión y procesos de decisión / y frustración

2

## MÓDULO 2: SEO EN PROFUNDIDAD

- Advanced SEO
- Netbrain de Google
- SEO y responsive

3

## MÓDULO 3: PROCESOS DE CONCEPTUALIZACIÓN Y CONVERSIÓN

- El funnel de conversión:
- Research: precio ancla
- Compair
- Persuade
- Upselling / cross-selling
- Customer Journey desde google y gestión de expectativas
- Procesos de búsqueda
- Taxonomías
- Estructura y navegación global
- Organización de las páginas
- Prospecting de keywords
- Ejercicio práctico:
  - Encontrar tendencias globales
  - Obtener palabras clave de tu proyecto
  - Organización de la arquitectura de información y modelo de navegación

4

## MÓDULO 4: ANALÍTICA

- Aportaciones de la analítica a la transformación de la web
- Herramientas útiles
- Aspectos a analizar y realizar seguimiento
- Optimizaciones en base a analítica
- Ejercicio práctico

5

## MÓDULO 5: ASO

- Entender Google Play y Apple Store
- ASO instore: imágenes, título, keywords
- ASO offstore: deeplink, hotlink...
- Ejercicio práctico:
  - Montar ASO para proyecto

6

## MÓDULO 6: HERRAMIENTAS DE TRABAJO



# QUÉDATE CON LO MÁS IMPORTANTE



30h.



#### OPCIÓN ENTRE SEMANA:

Inicio: 18/09/2017 Fin: 18/10/2017

Duración: 5 semanas

Lunes y Miércoles de 18 a 21h



Aula KSchool  
Calle José Picón, 31  
28028, Madrid



495 €



#### FORMAS DE PAGO:

• PAGO ÚNICO



BONIFICABLE  
POR LA FUNDACIÓN  
TRIPARTITA

## NUESTRO MANIFIESTO

Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta • Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer • Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos • No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros • No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalizado • Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional • Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos • En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene • Lo que aprendemos es lo que practicamos • Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal • Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente • No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros • Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos y nos gusta ser así • Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente • Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo • Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades • Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo • Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más • Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida • Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro CV • Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.