



Curs | Anàlisi i gestió de dades en el màrqueting digital dels museus

19, 26 d'abril i 3, 10 de maig 2022

Formadora | Montserrat Peñarroya Farell

Graduada en Turisme i Postgrau en Màrqueting Internacional i Comerç Exterior, és consultora, investigadora i docent experta en entorn Web i Màrqueting Digital, i directora de 3isic, l'Institut Internacional d'Investigació de la Societat de la Informació i el Coneixement.

Presentació del curs | Proposem una formació per aprendre a analitzar i gestionar les dades en l'ús de les tècniques de marketing digital per a una millor comunicació i difusió dels continguts i activitats dels museus. Durant les sessions, els participants posaran en pràctica l'explicat creant un document per utilitzar en el seu pla de comunicació en línia.

Metodologia | La docent explicarà el funcionament de Google Analytics i posarà exercicis als participants perquè posin en pràctica l'explicat. A cada sessió els participants crearan un document que acabaran fora de classe i que els serà d'utilitat en el seu pla de comunicació online.

Curs amb prova d'aprofitament | Al final de les sessions, els participants lliuraran en PowerPoint el document que hauran anat fent al llarg de les classes com a exercici pràctic per posar en correlació les dades i un perfil creat. L'exercici es podrà acabar fora de les sessions, si no ha donat temps abans. L'avaluació serà d'apte / no apte.

SESSIÓ 1 19/04 | Durada 2h (virtual, 12-14:30 h)

Objectius

- Entendre com funciona Google Analytics i com cal configurar-lo per obtenir-ne un bon rendiment.
- Conèixer com crear un perfil dels nostres usuaris a partir de les dades recollides al lloc web.

Continguts

- Funcionament del Google Analytics i com es configura adequadament.
- Entendre les dades sobre el perfil de les persones que visiten el lloc web i, en cas que algun museu disposi de venda online en el mateix lloc, veurem com són els perfils del públic que compra les entrades. Amb aquestes dades crearem un avatar per a cada segment de mercat.

SESSIÓ 2 26/04 | Durada 2h (virtual, 12-14:30 h)

Objectius

- Entendre des d'on arriben les visites del nostre lloc web i calcular quines són les millors fonts d'obtenció de trànsit.

Continguts

- Anàlisi del trànsit del lloc web.
- Funcionament del SEO, la publicitat, l'email Marketing, la presència en webs de tercers i les xarxes socials.

SESSIÓ 3 03/05 | Durada 2h (virtual, 12-14:30 h)

Objectius

- Entendre millor què interessa a les nostres visites i quins continguts porten als usuaris a realitzar la compra de les entrades (en cas de que venguem en línia).

Continguts

- Experiència d'usuari i continguts del lloc web.
- Anàlisi de l'embut de vendes.

SESSIÓ 4 10/05 | Durada 2h (virtual, 12-14:30 h)

Objectius

- Entendre les dades estadístiques que ens ofereixen les xarxes socials directament.

Continguts

- En les sessions anteriors s'haurà treballat Google Analytics. En aquesta sessió es treballarà a partir de les dades que mostren les xarxes socials i que complementen les del lloc web.
- Acabar de veure com encaixen aquestes dades en un esquema d'embut de vendes.

Observacions | Per treure el màxim profit del curs és necessari que els participants tinguin accés als Google Analytics del seu museu i a les xarxes socials que utilitzin. Al configurar la sessió de Zoom és important que els museus també puguin compartir pantalla, no només l'administrador de la sessió.