

Marketing Digital

OBJETIVO

Demonstrar os principais conceitos de gestão de marketing e ferramentas de trabalho essenciais para o profissional da área utilizar no mundo digital. Apresentar uma metodologia de trabalho para projetos digitais, com foco em resultados.

PRÉ-REQUISITOS

Profissionais e estudantes que queiram aprender a gerar resultados reais em suas ações de marketing digital, sejam iniciantes no mercado ou analistas que queiram se atualizar.

METODOLOGIA

As aulas são compostas por módulos, onde será passado para os alunos todo o conhecimento teórico para a realização de exercícios práticos. Cada aluno terá um computador para realizar os exercícios e criar todo ambiente de virtualização de alta performance e com tolerância a falhas.

O curso é totalmente presencial e disponibiliza o material virtual ou impresso.

VANTAGENS TREINAR

- Grade curricular baseada na vivencia em marketing;
- Aulas práticas;
- Instrutores com anos de experiência em docência.

Carga Horária: 20 horas

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Aula 1

1 - Introdução ao Marketing Digital

- O que é Marketing Digital?
- A história do Marketing
- Conceitos Fundamentais do Marketing Digital
- Estrutura do Marketing Digital

2 - Público Alvo x Personas

- Definição de público alvo e posicionamento da marca
- Persona de Marketing
- Identificando as Múltiplas Personas do seu negócio
- Métodos e ferramentas para criação da Persona
- Adequando suas estratégias à suas Personas

Aula 2

3 - Outbound Marketing

- O que é Outbound Marketing
- Planejamento da estratégia Outbound
- Inteligência no processo de prospecção
- Qualificação dentro do cenário Outbound
- Fechamento e Experiência do cliente

4 - Inbound Marketing

- O que é Inbound Marketing
- Planejamento da estratégia Inbound
- Inteligência no processo de prospecção
- Qualificação dentro do cenário Inbound
- Fechamento e Experiência do cliente

Aula 3

5 - Métricas e ROI

- O que é Métrica e ROI?
- Atributos de uma métrica
- Definição de métricas adequadas na campanha
- Ferramentas para análise e mensuração

6 - Mídias Sociais

- O que é Social Selling?
- Redes sociais em uma campanha Outbound
- Redes sociais em uma campanha Inbound
- Estratégias de conteúdos para Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube

7 - Site e Blog

- Centralidade do site no Marketing Digital
- O conceito de SEO e critérios de classificação
- Remarketing
- O uso estratégico de Landing Pages
- Criando conteúdos relevantes para suas Personas

Aula 4

8 - Google Analytics

- Entendendo o funcionamento da ferramenta
- Códigos de acompanhamento e coleta de dados
- Gestão de domínios e subdomínios
- Análise de relatórios padrão
- Testes de referência

9 - E-mail Marketing

- Aplicabilidade do E-mail marketing
- Criação da lista de contatos
- Otimização da Newsletter
- 4 Ps do E-mail Marketing

Aula 5

10 - Processo de Vendas

- Qualificando Leads para reduzir falsas oportunidades
- Saiba construir e capacitar sua equipe de vendas
- Saiba mensurar a produtividade da sua equipe
- Segmentar sua máquina de vendas em processos efetivos

11 - Planejamento Estratégico

- Alinhando as ações de marketing na visão do negócio
- Definindo seu Budget
- Selecionando ferramentas de trabalho

12 - Projeto Prático

Cenário prático para execução de todo conteúdo aplicado no curso.