
ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL: DA SEGMENTAÇÃO À CONVERSÃO DE LEADS

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
26/02/2025	9h/13h	12 horas	Online
27/02/2025	9h/13h		
28/02/2025	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Desenvolver estratégias de marketing digital para captar, qualificar e converter leads em novos clientes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Explorar estratégias de segmentação de mercado para definir *Buyer Personas*;
 - ✓ Mapear a *buyer journey* para atrair e converter leads;
 - ✓ Aprender como utilizar a estratégia de *Inbound marketing* para aumentar vendas;
 - ✓ Definir e planejar uma estratégia de conteúdo relevante, assente numa gestão eficaz dos canais de comunicação, ao longo de todo o funil de marketing e vendas;
 - ✓ Analisar métricas e KPI's para otimizar resultados.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução	30m	➤ Contextualização dos temas a abordar.
Segmentação de mercado	1h	➤ A importância de segmentar o mercado e conhecer o comportamento do cliente; ➤ Critérios e técnicas de segmentação;
Definição e criação de Buyer Personas	2h	➤ Conceito de <i>Persona</i>; ➤ Processo e ferramentas para criação de <i>Personas</i>.
Mapeamento da <i>buyer journey</i>	2h	➤ Definição da <i>buyer journey</i>; ➤ As principais fases da <i>buyer journey</i> e identificação dos <i>pain points</i>.
O funil de Marketing e Vendas	2h	➤ Estrutura e fases do funil de marketing e vendas; ➤ Definição dos objetivos em cada uma das fases do funil; ➤ Alinhamento entre marketing e vendas.

Estratégias para atração, conversão e nutrição de leads	2h30	➤ <i>Inbound Marketing vs Outbound Marketing</i>; ➤ Técnicas e ferramentas de atração, conversão e nutrição de leads; ➤ Planeamento, criação e gestão de conteúdo para cada uma das etapas do funil de vendas; ➤ Apresentação de Case Studies
Marketing Automation	1h	➤ Principais táticas para criação e configuração de <i>workflows</i> automatizados; ➤ <i>Marketing automation</i> e inteligência artificial.
Métricas e KPI's para avaliação dos resultados	1h	➤ Definição de métricas e KPI's; ➤ Ferramentas para recolha e análise de dados; ➤ Medição de desempenho e otimização de campanhas.

PREÇO ASSOCIADO: 190€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 250€+IVA

FORMADOR: Cristina Veríssimo

Especialista nas áreas de Marketing, Comunicação e Gestão de Marcas, Cristina Veríssimo é, atualmente, diretora de Marketing e Comunicação e membro da Direção Executiva da Amorim Cork Composites.

Com um conhecimento profundo e abrangente em estratégias de Marketing Digital destinadas a aumentar vendas e a alavancar a notoriedade de marcas B2C e B2B, acumulou uma experiência de mais de 20 anos na direção de Marketing e Comunicação em empresas ligadas aos setores do Retalho, FMCG e Indústria.

Possui uma Licenciatura em Comunicação e uma Pós-graduação em Assessoria Mediática e RP, a par de formação em vários programas executivos em Gestão e Administração de Empresas, Marketing, Marketing Digital, Social Media, E-commerce e Gestão de Produto.