

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

Do Interesse à Fidelização: Estratégias de Conversão para o E-commerce

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
13/11/2025	9h/13h	8 horas	Online
14/11/2025	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Dotar os participantes de uma visão estratégica sobre as várias jornadas de compra online, as várias incongruências que existem e os diferentes caminhos que os utilizadores podem seguir. Enaltecer a importância de eliminar pontos de fuga e de fricção, bem como destacar as métricas principais, como arranjar formas de aumentar o ticket médio, items per order, o average selling price e o lifetime value de cada cliente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Entender a importância das otimizações de e-commerce de forma a alavancar vendas e melhorar KPI de vendas;
 - ✓ Entender as principais métricas de e-commerce;
 - ✓ Compreender a Estrutura de um e-commerce;
 - ✓ Compreender a análise de dados através de ferramentas quantitativas e qualitativas: Google Analytics e Hotjar.
 - ✓ Saber utilizar ferramentas de personalização: quais e onde utilizar;
 - ✓ Perceber a versão mobile e os seus desafios;
 - ✓ Saber como melhorar as páginas chave;
 - ✓ Saber como aumentar o ticket médio através das recomendações.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução ao CRO	1h	➤ Entender as principais métricas de e-commerce, bem como o ciclo de vida do cliente e o funil de vendas.
Psicologia do consumidor digital	1h	➤ Princípios base da psicologia do consumidor; ➤ Princípio da prova social; ➤ Princípio da autoridade; ➤ Princípio da consistência; ➤ Importância da Interface e da Usabilidade.
Análise de KPI aplicado a CRO	1h	➤ Análise de dados através de ferramentas quantitativas e qualitativas: google Analytics e Hotjar; ➤ A importância dos heatmaps; ➤ Como melhorar as páginas chave: O carrinho e o checkout.
Touchpoint e otimizações em CRO	1h	➤ Estrutura de um e-commerce; ➤ Otimização de páginas de produto passo a passo.
Testes A/B aplicados ao E-commerce e CRO	1h	➤ O que testar e quando o fazer? ➤ Definir o plano de teste e as hipóteses possíveis; ➤ Interpretar dados e variáveis.
Personalização, Segmentação e Ferramentas	1h	➤ O porquê de personalizar em E-commerce: dificuldades e desafios; ➤ Ferramentas de personalização: quais e onde utilizar.
CRO aplicado ao Mobile	1h	➤ A versão mobile e os seus desafios para quem só pensa desktop “first”; ➤ A estrutura da página de produto e a jornada.
Up selling e Cross Selling: estratégias de Growth Hacking	1h	➤ Como aumentar o ticket médio do cliente através do poder das sugestões; ➤ Como aumentar o ticket médio através das recomendações.

PREÇO ASSOCIADO: 140€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 180€+IVA

FORMADOR: Tiago Almeida Nogueira

Atualmente é E-commerce Services Coordinator na Worten, e conta com mais de 15 anos de experiência profissional.

É docente convidado no Ensino Superior colaborando com instituições como a Universidade do Minho, Universidade Portucalense, IPVC, ISAG, entre outras.

Detém dois mestrados, um em Gestão de Serviços pela FEP e outro em Comunicação pela FLUP. Trabalhou com várias marcas no mercado nacional e internacional como a Prozis, Hyundai, KTM, Honda, AstraZeneca, Renault, Volkswagen, entre outras.