L’AKADÉMIE DU DIGITAL · PROGRAMA DE FORMAÇÃO Certificação Qualiopi em preparação

Fundamentos do Marketing Digital

FOR-MKT-M1-A · Marketing Digital e Comunicação

Compreender os canais, as alavancas e a estratégia de aquisição digital

DURAÇÃO
7 h

PREÇO
450 € s/ IVA

PÚBLICO
Empresas e particulares

PRAZO DE ACESSO
Acesso em 2 dias úteis após validação da necessidade e dos pré-requisitos.

Preços indicados «a partir de», excluindo orçamento específico e promoções. Preços sem IVA, a partir de 2 participantes. IVA a 20 %.

Objetivos pedagógicos

- Compreender o ecossistema do marketing digital e os seus principais canais
- Distinguir as alavancas de aquisição (SEO, SEA, redes sociais, e-mail, display) e a sua complementaridade
- Compreender o percurso do cliente (funil de conversão) e as noções de audiência e de segmentação
- Definir objetivos e indicadores de desempenho (KPI) pertinentes
- Construir as bases de uma estratégia digital coerente
- Conhecer as ferramentas essenciais e as boas práticas (medição, RGPD, ética)

Público-alvo

- Empreendedores, trabalhadores independentes, responsáveis de micro e pequenas empresas / PME que queiram desenvolver a sua presença digital
- Pessoas em reconversão ou em início de funções de marketing/comunicação
- Colaboradores que queiram compreender os fundamentos para dialogar com prestadores de serviços

Pré-requisitos

- Saber utilizar um computador, um navegador web e as redes sociais.
- Ter uma atividade ou um projeto a promover (uma mais-valia).
- Compreender o vocabulário profissional corrente.
- Não é exigida nenhuma competência técnica em marketing.

Programa

TEORIA Módulo Teórico — Compreender o ecossistema do marketing digital

Este módulo define o marketing digital (evolução, desafios, diferenças face ao marketing tradicional) e apresenta um panorama dos canais: site web, SEO, SEA, redes sociais, e-mailing, display, afiliação, influência. Apresenta o percurso do cliente e o funil de conversão (aquisição, conversão, fidelização), as noções de audiência, de segmentação e de personas, bem como os objetivos e KPI (tráfego, leads, ROI, ROAS). Aborda, por fim, as boas práticas de medição (analytics), de conformidade (RGPD, consentimento) e de ética.

Objetivo : dar uma visão clara do ecossistema do marketing digital, das suas alavancas e da lógica de uma estratégia de aquisição.

- Panorama completo e acessível dos canais e alavancas.
- Compreensão do percurso do cliente e dos KPI.
- Sensibilização para a medição, o RGPD e a ética do marketing.

Avaliação : Questionário de escolha múltipla sobre os canais e as noções-chave, exercício de associação alavanca/objetivo.

Acolhimento e apresentação	15 min	Apresentar o programa, os objetivos e o desenrolar. Apresentação oral, suporte visual (diapositivos), ronda de apresentações.	
O que é o marketing digital?	40 min	Evolução, desafios, diferenças face ao marketing tradicional. Exposição interativa, exemplos, debate.	Perguntas orais; questionário de escolha múltipla sobre as noções.
Panorama dos canais	1h00	Site, SEO, SEA, redes sociais, e-mailing, display, afiliação, influência. Exposição ilustrada, exemplos de campanhas, panorama das alavancas.	Exercício de associação alavanca/objetivo.
Percurso do cliente e segmentação	45 min	Funil de conversão, audiência, segmentação, personas. Exposição, esquema do funil, exemplos de personas.	Questionário de escolha múltipla sobre o percurso do cliente.
Objetivos, KPI e boas práticas	40 min	KPI (tráfego, leads, ROI, ROAS), analytics, RGPD, consentimento, ética. Exposição, exemplos de painéis de controlo, lembretes sobre o RGPD.	Questionário de escolha múltipla sobre os KPI e a conformidade.
Síntese	10 min	Resumir os pontos-chave e preparar a oficina. Resumo, feedback dos participantes.	Questionário rápido de escolha múltipla no final do módulo.

OFICINA Oficina Prática — Lançar as bases da sua estratégia digital

A partir de um caso condutor ou do projeto real do participante, os formandos definem o público-alvo e as personas, mapeiam os canais pertinentes consoante o objetivo e a audiência, constroem um percurso de cliente simples, escolhem os KPI a acompanhar e esboçam uma estratégia digital priorizada (canais, mensagens, indicadores).

Objetivo : sair com personas, um mapeamento dos canais e um esboço de estratégia digital priorizada com os respetivos KPI.

- Possibilidade de trabalhar sobre o projeto real do participante.
- Produção de personas e de um mapeamento dos canais.
- Esboço de estratégia digital priorizada e escolha dos KPI.
- Abordagem concreta e diretamente utilizável.

Avaliação : produção dos entregáveis (personas, mapeamento dos canais, esboço de estratégia + KPI), apresentação oral curta e revisão coletiva.

Início da oficina	15 min	Apresentar o objetivo e escolher o seu caso (real ou condutor). Apresentação, constituição dos grupos.	
Público-alvo e personas	45 min	Definir o público-alvo e construir personas. Trabalho prático guiado, modelo de persona, acompanhamento.	Entregável: personas.
Mapeamento dos canais	55 min	Identificar os canais pertinentes consoante o objetivo e a audiência. Trabalho prático colaborativo, matriz canais/objetivos.	Entregável: mapeamento dos canais.
Percurso do cliente e KPI	45 min	Construir um percurso de cliente simples e escolher os KPI. Trabalho prático, esquema de percurso, seleção de indicadores.	Entregável: percurso + KPI.
Estratégia e apresentação de resultados	25 min	Esboçar uma estratégia priorizada e apresentá-la. Modelo de estratégia, apresentações curtas, feedback.	Avaliação sumativa: esboço de estratégia + questionário final de escolha múltipla.
Inquérito de satisfação	10 min	Recolher a satisfação a quente. Questionário de satisfação.	Inquérito de satisfação.

Modalidades e meios pedagógicos

Formação presencial nas nossas instalações ou nas suas, em grupo reduzido. Alternância de contributos teóricos, oficinas práticas e simulações.

Material necessário :

8 GB de RAM

Modalidades de avaliação

Avaliação das aprendizagens durante e no final da formação; certificado de conclusão entregue a cada formando.

Acessibilidade

Formação acessível a pessoas com deficiência. Contacte-nos antes da inscrição para estudarmos as adaptações necessárias.

Financiamento

Orçamento ou convenção de formação a pedido. A certificação Qualiopi está em preparação: a elegibilidade para financiamentos OPCO será aberta após a sua obtenção.

Auditoria de certificação prevista para T1 2027. Sem elegibilidade OPCO antes da sua obtenção.