

## PROGRAMA

**Ação:** O Marketing e o Processo de Venda – Do Físico ao Digital (25h)

**Objectivo geral:** dotar os formandos de conhecimentos e competências que lhes permitam mobilizar conhecimentos de marketing para efetuar a transição digital do processo de venda.

### **Objectivos Específicos:**

No final desta ação, os participantes deverão ser capazes de:

- *Utilizar estratégias de Marketing Digital no Processo de Venda;*
- *Realizar a transição digital do Processo de Venda físico;*

### **Conteúdos Programáticos:**

1. Estratégia de negócios digitais (3 Horas)
  - 1.1. Introdução ao Marketing Digital e ao Pensamento Estratégico nos Canais Digitais
  - 1.2. Utilização em Portugal
  - 1.3. Impacto na pesquisa e decisão de compra
  - 1.4. Impacto nos negócios
  - 1.5. Tendências do mercado
  - 1.6. Áreas de atividades que estão em transição para canais digitais
  - 1.7. Projeção nos próximos anos
2. Marketing Digital (7 Horas)
  - 2.1. Conceito Marketing Digital
  - 2.2. Estratégia digital: Por onde se deve começar?
  - 2.3. Estudo do mercado/concorrência
  - 2.4. Estudo do público-alvo
  - 2.5. Criação de website: sim ou não?
  - 2.6. Definir uma estratégia e plano de marketing
  - 2.7. Análise de ações digitais
    - 2.7.1. Caso Prático: LinkedIn
3. Ferramentas a usar para crescer no ambiente digital (6H)
  - 3.1. Redes Sociais
    - 3.1.1. As melhores práticas

- 3.1.2. Definir Plano/Estratégia de Ação
  - 3.2. Publicidade
    - 3.2.1. As melhores práticas
  - 3.3. Email marketing / newsletter
    - 3.3.1. As melhores práticas no desenvolvimento e gestão de campanhas
    - 3.3.2. Formatação e construção de newsletters
  - 3.4. Inbound marketing
    - 3.4.1. Constituição do funil de vendas
    - 3.4.2. Passos a seguir para construir o funil de vendas para o produto/serviço
  - 3.5. SEO
    - 3.5.1. Quais os principais elementos SEO on-site e off-site e como estruturar conteúdos Web otimizados para a pesquisa
- 
4. A transição digital do Processo de Vendas (9 Horas)
    - 4.1.1. Importância das vendas: presencial vs digital
    - 4.1.2. Definição de objetivos a médio e longo prazo
    - 4.1.3. Como aplicar em digital os processos de venda físicos
    - 4.1.4. Técnicas de venda digitais
    - 4.1.5. Trabalho Prático

**Metodologia:**

- Método Expositivo, interrogativo e ativo.

**Recursos:**

**Formação Presencial**

- Videoprojector, folhas de papel, caneta, lápis, etc.

**Formação Online**

- Microsoft Teams

**Bibliografia:**

- Apresentação disponibilizada pelo formador.