

# Marketing Digital e Vendas

Precisa de Gerir, Aprovar e Contratar ferramentas de Marketing Digital mas não tem conhecimento suficiente para tomada de decisão? Precisa de vender online? Este curso é para si!

## Corpo Docente



Guilherme Coelho



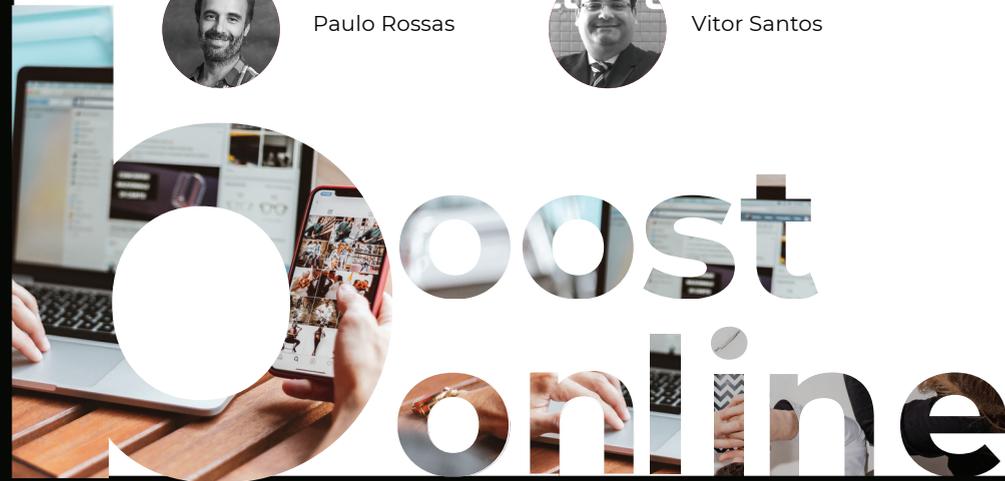
Mário Alcântara



Paulo Rossas



Vitor Santos

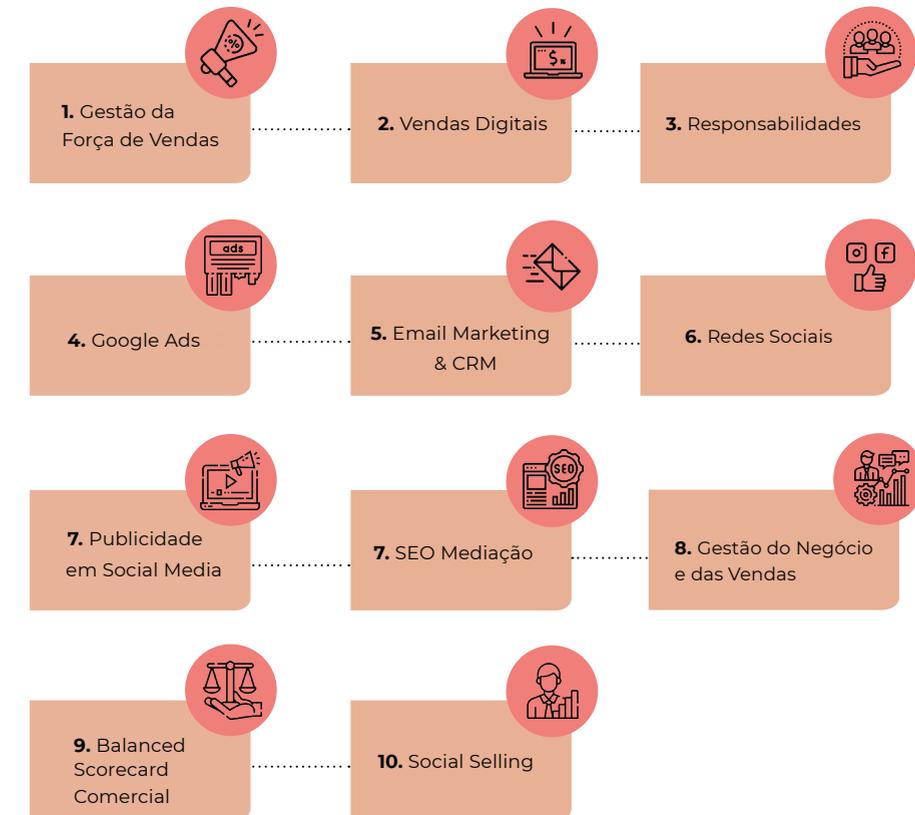


## Porquê o Boost em Marketing Digital e Vendas?

### Objetivos

- Conhecer os principais conceitos de marketing e vendas digitais adequados e preparados para os desafios de novas eras, novos clientes e perfis de mercado. Saber comunicar e vender como um profissional.

### Principais Tópicos



## Estrutura detalhada do programa

2 e 4 de maio

### Módulo 1 | Estratégia Marketing Digital | O Novo Consumidor, Websites e Landing Pages

- 1.1. Como ir dos objetivos à escolha das plataformas;
- 1.2. O novo consumidor;
- 1.3. O Digital em Números;
- 1.4. Jornadas do consumidor;
- 1.5. Websites & Landing Pages;
- 1.6. O que é um CMS e quais os mais utilizados?
- 1.7. O papel do website nas empresas;
- 1.8. Website como loja Online: o que ter em consideração.

4 e 9 de maio

### Módulo 2 | Google Ads | Email Marketing & CRM

- 2.1. Como criar campanhas de anúncios em Google e o que ter em consideração;
- 2.2. Diferentes formatos de media digital existentes, como os comprar e quando os usar
- 2.3 Google Search vs. Display;
- 2.4 Outros formatos: Google Shopping e Youtube Ads.

11 de maio e 1 de junho

### Módulo 3 | Redes Sociais | Publicidade em Social Media

- 3.1. Facebook & Instagram ADs: Promoted Posts vs. Plataforma de self-service;
- 3.2. Como fazer campanhas e o que ter em consideração;
- 3.3 Critérios de segmentação, modelos de pagamento e locais de publicação.

1 e 6 de junho

### Módulo 4 | SEO | Medição

- 4.1. De que se trata?
- 4.2. Quais são os elementos que influenciam a relevância de um Website para uma keyword;
- 4.3. On page: o que podem fazer para otimizar a vossa presença;
- 4.4. Google Analytics: A plataforma e principais métricas;
- 4.5. Análises mais relevantes de acordo com os objetivos dos participantes;
- 4.6 Como estruturar um relatório.

8 de junho

### Módulo 5 | Gestão da Força de Vendas

- 5.1. Estratégia e funções da força de vendas;
- 5.2. Planificação da atividade comercial
- 5.3. Dimensão da força de vendas
- 5.4. Organização da força de vendas
- 5.5. Gestão da força de vendas
- 5.6. Controle da força de vendas

15 de junho

### Módulo 6 | Gestão do Negócio e das Vendas

- 6.1. Previsão de vendas do negócio
- 6.2. O plano de vendas
- 6.3. Performance comercial do negócio

20 de junho

### Módulo 7 | O Balanced Scorecard Comercial

- 7.1. Principais métricas da gestão da performance
- 7.2. KPI's fundamentais de controlo

22 de junho

### Módulo 8 | Vendas Digitais

- 8.1. Enquadramento e principais conceitos
- 8.2. As vendas no ecossistema digital
- 8.3. Funil e processo de vendas

27 de junho

### Módulo 9 | Social Selling

- 9.1. Execução de uma estratégia de Social Selling
- 9.2. Estudo de Caso
- 9.3. Tendências



**Investimento**  
68.000 MT



**Formato**  
Online



**Regime**  
Pós-Laboral



**Calendário**  
2 de junho a 6 de Julho  
segunda e quarta  
18h30 às 22h30



**Duração**  
40 horas



**Boost Online em Marketing Digital e Vendas**

**iscte** – Executive Education

Follow us  
#iscteexecutiveeducation  
#RealLifeLearning

Siga-nos nas redes

