disruptive
digital
education

advanced digital marketing

programa | remote learning

EDIT.

Programa do Curso

advanced digital marketing

Este programa foi concebido por profissionais da área com uma vasta experiência nacional e internacional.

O QUE É?

Definir uma estratégia de marketing e de conteúdo é fundamental para a comunicação coerente das marcas e organizações. Estas práticas devem ter como pilares estruturas bem organizadas e definidas em todas as áreas e canais para que seja possível executar, medir resultados e aprender com as próprias iniciativas e feedback dos clientes e prospects. A estratégia de conteúdo para empresas é uma das suas maiores e melhores táticas de captação do interesse do seu público-alvo, bem como para o educar e lhe acrescentar valor. Uma estratégia de marketing de conteúdos assenta na criação de valor para quem comunica. Neste curso, irás aprender a planear, criar e executar uma estratégia de marketing de conteúdos coerente, do topo ao fundo do funil de marketing e vendas, para a tua organização. Ao final, estarás em plenas condições de desenvolver uma estratégia multicanal adaptada aos diferentes formatos. Além disso, serás capaz de comunicar com as palavras certas junto da tua persona (ou personas), fortalecer a tua relação com os visitantes e criar os verdadeiros embaixadores da marca: os teus clientes. Faz parte de uma formação atual e voltada para o mercado, com conhecimento teórico, prático e inovador.

duração total 60h

investimento
762€ (pronto pagamento: 5% de desconto)

381€ x 2 (sem juros)

nota Lotação limitada

ADMISSÃO

Idade Mínima 18 anos

OBJETIVOS

Estimular o pensamento crítico e criativo, a partir da perspetiva do cliente;
Estimular o processo de pensar, planear e executar conteúdos relevantes e inovadores;
Ensinar como construir uma estratégia com início, meio e fim, considerando o funil de marketing e vendas, e incluindo todas as ferramentas necessárias para fazer isto acontecer.

PERFIL

O curso de Advanced Digital Marketing é destinado a profissionais de Comunicação, Marketing e Gestão que queiram aprofundar os seus conhecimentos de marketing digital.

REMOTE LEARNING

Esta formação irá manter e garantir a qualidade dos cursos presenciais, uma vez que as aulas em formato remote learning decorrem num ambiente de sala de aula virtual, com formação live, permitindo assim que todos os participantes se conheçam e interajam entre si, adquiram conhecimento independentemente da sua localização e beneficiem de feedback em tempo real.

A formação será estruturada por sessões em direto transmitidas a partir de estúdios em Lisboa e no Porto, devidamente equipados tecnicamente com tecnologia broadcast ao nível de áudio, luz e imagem multicâmara. O acesso às aulas, conteúdos e documentação de apoio será feito através de uma plataforma, aliada a um sistema de vídeo e áudio conferência online com interação bidirecional entre os tutores e formandos.

EDIT.

advanced digital marketing
remote learning

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. O Marketing de Conteúdo na Era Digital

› Marketing de Conteúdo

› Estratégia Digital e Inbound Marketing

› Métricas e funil de vendas

Estratégia e Inbound Marketing.

› O que é Inbound Marketing e a sua importância

› O Funil de Marketing e Vendas: como gerar uma lead

› Como construir uma estratégia sólida de Marketing de Conteúdo

› Buyer Persona e definição de uma lead qualificada

› Jornada de compra

› Como definir um SMART goal

› A importância do SEO

› Como definir uma linha editorial

› Como definir os materiais de conversão

› Como otimizar e duplicar a sua produção de

conteúdo

› Case Study presentation

› Métricas e funil de vendas

› Evite métricas de vaidade

› Como estabelecer as suas métricas para Content Marketing

› Como definir os KPI's para cada canal/ estratégia

2. Criação de Conteúdo

Voz da marca

› O que é e para que serve o tom de voz da marca?

› Como construir um tom de voz para a marca?

› Hora da prática: criação de texto para um e-mail marketing

Landing pages

› Boas práticas de UX Writing

› Gatilhos mentais e escrita para vendas

› Hora da prática: criação de texto para uma landing page

Criação de chatbot

› Tipos de chatbot e suas características Boas práticas de escrita para chatbots

› Hora da prática: criação de texto para um chatbot

Criação para blogs

› SEO para artigos de blogs

› Boas práticas para escrita de blogs

› Como criar um workflow de trabalho para blogs Hora da prática: criação de um post de blog

Social Media

› Mitos e verdades sobre criação para redes sociais

› O perfil de cada rede social

› O foco de cada post: engagement, alcance, conversão

› Boas práticas de escrita para redes sociais

3. Email Marketing

› Email Marketing: uma ferramenta de relacionamento

› Conceito de Email Marketing

› Bons e maus exemplos

› Automação de email e nutrição de leads

› Gestão da base de dados, segmentação, GDPR /RGPD

› Como construir um email marketing e melhores práticas

› Métricas

› Exercícios com ferramenta de e-mail marketing

4. Criação de Conteúdos para campanhas

Posicionamento e Storytelling

› Minha marca para além das vendas

› Estabelecendo um posicionamento

› Storytelling e sua importância

› Como encontrar e criar histórias

Do insight às ideias

› O que é um insight?

› O que é o conceito?

› Desenvolvimento de critério

› Referências, referências, referências

› Como chegar às ideias?

Ideation I

› Ideias com propósito

› Como aproveitar melhor os canais?

› Referências, referências, referências

› Aula prática: vamos começar a ter ideias

Ideation II

› Ideias com resultado

› Referências, referências, referências

› Aula prática: Discussão e análise das ideias

Ideation III

› Ideias disruptivas

› Referências, referências, referências

› Aula prática: Feedback e afinamento das ideias

5. Paid Media - Anúncios em Google, Facebook e Instagram

Search

› A importância da pesquisa e o seu

enquadramento na jornada do consumidor

› Funcionamento e regras do leilão google ads

› Boas práticas de estrutura de ad groups

› Otimização de lances

› Utilizar o planeador de palavras-chave Boas práticas

para criação de anúncios

› Medição de conversões

› Análise de campanhas

› Implementação de estratégias de otimização

› Extensões de anúncios;

› Listas de Remarketing;

Facebook e Instagram Ads

› Estrutura de campanhas em Facebook Business

Manager

› Tipos de segmentação

› Posicionamentos Facebook, Instagram e Messenger

› Formatos de anúncios: estático, vídeo, stories e reels

› Melhores práticas de anúncios.

Display

› Planeamento, criação e manutenção de campanhas display

› Otimização e avaliação de campanhas display

› Formatos suportados;

› Segmentação e definição de públicos;

› Método de compra.

Youtube

› Formatos suportados;

› Segmentação e definição de públicos;

› Método de compra;

› Métricas e resultados.

Analytics

› Web Analytics x Google Analytics

› Overview do Analytics

› Métricas de análise

› Dimensões do Google Analytics

› Funil de conversão

› URL parametrizadas/UTMs e fontes de tráfego

› Definição de métricas e KPIs.

EQUIPAMENTO

Um computador com ligação a internet (preferencialmente através de cabo de rede); Webcam e microphone; Documentação em formato digital.

CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do curso, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica em formato digital.

Notas

› Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.

› A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

› A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo cancelar workshops de acordo com um número minímo de interessados. Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do ínicio do workshop.

› Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.

› Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocações.

disruptive
digital
education

weareedit.io

EDIT.
Lisboa

Alameda D. Afonso Henriques, 7A
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455
(chamada para rede fixa nacional)
geral@edit.com.pt

EDIT.
Porto

Rua Alferes Malheiro, 226
400-057 Porto

(+ 351) 224 960 345
(chamada para rede fixa nacional)
geral@edit.com.pt