

## ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

---

### MOBILE MARKETING

---

DATA	HORÁRIO	DURACÃO	LOCAL
29/11/2017	9h/13h – 14h/18h	12 horas	Lisboa
30/11/2017	9h/13h		

---

#### OBJECTIVOS GERAIS:

No final deste curso, os participantes deverão estar aptos a avaliar e integrar ações de Mobile Marketing no seu Plano de Marketing bem como em ações promocionais e de ativação.

---

#### OBJECTIVO ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer uma das mais recentes áreas do Marketing, as suas dinâmicas, especificidades e tendências.
  - ✓ Entender como os profissionais de Marketing deverão adaptar-se às alterações do comportamento dos consumidores decorrentes do aumento da mobilidade.
  - ✓ Identificar as várias potencialidades e oportunidades, presentes e futuras, que os dispositivos móveis apresentam para a comunicação com os consumidores.
  - ✓ Definir uma estratégia consistente, definindo objetivos e medindo resultados.
  - ✓ Potenciar campanhas, programas de fidelização, presença em redes sociais e vendas através deste canal deste canal e das suas várias ferramentas.
-

## CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Conhecer uma das mais recentes áreas do Marketing, as suas dinâmicas	2 h	Evolução e panorama atual do Mobile Marketing - O que é - Principais marcos - Situação atual - Alterações de paradigma e de comportamento na nova Era Exponencial - “The Internet of Things” - Visão “Mobile First” - Encontrar os insights certos para comunicar no Mobile - Real-time Marketing
Entender que ferramentas podem ser utilizadas, as suas especificidades e aplicações	3 h	Ferramentas do Ecosistema Mobile - Apps - Website Mobile vs Responsive Design - Cross-Media - Realidade Aumentada - Realidade Virtual - QR Codes - Wearables - Bluetooth - RFID - Beacons - Meios de pagamento mobile - Outros meios inovadores
Entender o impacto e conhecer melhores práticas da aplicação do Mobile a setores de atividade	1 h	Aplicação do Mobile a sectores de atividade - Mobile Healthcare - Mobile Retail & Commerce - Outras áreas em expansão: viagens, banca, automóvel, telecomunicações, etc.
Entender qual o papel do Mobile nas várias redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat. Expansão do instant messaging e das pesquisas visuais	30 m	Mobile Social: Papel do mobile
Entender que alterações o Mobile está a produzir ao nível da comunicação relacional	30 m	Mobile CRM Programas de Fidelização no Mobile, SMS/MMS e novas tecnologias que permitem uma maior personalização.
Conhecer formatos de Mobile Advertising disponíveis para implementar uma estratégia de paid media.	1h30m	Mobile Advertising Formatos no ecossistema de Paid Media e principais Players. Tendências e recomendações de práticas
Entender quais os desafios que se colocam ao nível da privacidade e proteção de dados nesta nova era	30 m	Big Data e Privacidade Tendências, desafios.
Aprender a definir uma estratégia mobile enquadrada na estratégia de marketing e de comunicação geral da marca/empresa.	3 h	Integrar o mobile no Marketing Mix. - Os 5 P’s da Estratégia Mobile. - Visão holística de atuação e fatores chave de sucesso. Métricas mobile. - Resolução de caso prático.

PREÇO ASSOCIADO: 270€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 390€+IVA

### DESCONTOS

2ª Inscrição – 5% de desconto

3ª Inscrição e seguintes – 10% desconto

#### FORMADORA: RAQUEL GONÇALVES

Raquel Gonçalves desenvolve projectos de CRM, Digital e Social Media há mais de 12 anos, primeiro na Proximity Portugal e actualmente na Wunderman Portugal onde desempenha as funções de Directora de Planeamento Estratégico.

Ao longo desses anos trabalhou com várias empresas nacionais e multinacionais, tais como Tabaqueira/Phillip Morris, NIVEA, Galp, Danone, Intermarché, Ford, Microsoft, Galp, Novartis, Nokia, Associação Nacional de Farmácias, Citibank, Nestlé, Unilever, Bacardi-Martini, Procter&Gamble, Masterfoods, entre outros.

Dos projectos desenvolvidos vários foram premiados em diversos festivais nacionais e internacionais, tais como o Concurso “O Melhor em Marketing Directo dos CTT”, Prémios Eficácia, Echo Awards, Globe Awards, Caple Awards, destacando-se um Leão de Bronze obtido no Festival de Cannes em 2004 pelo desenvolvimento estratégico de uma acção mobile para a marca Pedigree e em 2013 o Grande Prémio dos Prémios Eficácia com uma acção de Social Media para o lançamento do novo Ford Fiesta.

É licenciada em Organização e Gestão de Empresas no ISCTE e possui uma Pós-Graduação em Marketing Financeiro pelo CEMAF-INDEG (ISCTE). Desde 2012 é docente convidada no Executive Master de Marketing Digital da Universidade Europeia e formadora da Academia APAN, na disciplina de Mobile Marketing.”