ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

DATA DRIVEN MARKETING – DE DADOS PARA INFORMAÇÃO

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
09/11/2021 10/11/2021 11/11/2021	9h/13h 9h/13h 9h/13h	12 horas	Online

OBJETIVO GERAL:

Munir os formandos de competências na área da tecnologia associada ao marketing, modelos de atribuição e medição de resultados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer as últimas tendências do mercado digital, especialmente sobre o consumidor;
- ✓ Planear ações de marketing digital baseadas em dados;
- ✓ Conhecer o marketing programático;
- ✓ Integrar múltiplas fontes de dados para análise de retorno;
- ✓ Conhecer modelos de atribuição.
- ✓ Construir um dashboard de integração de variáveis online e offline.

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Tendências do mercado digital	1h	➢ Análise de um ecossistema em crescimento.
Digital Customer Journey	2h	➢ Estudo da jornada digital de compra.
Planeamento de marketing digital	1h	➢ Modelos POEM e RACE.
Introdução ao marketing programático	2h	➢ Real Time Bidding; ➢ Segmentação; ➢ Eficiência e Eficácia; ➢ Arquitetura programática de marketing.
Integração de múltiplas fontes de dados	1h	➢ Conjugar variáveis online e offline para uma visão integrada do processo de compra.
Modelos de atribuição	1h	➢ Conhecer os vários modelos de atribuição para medir o ROI.
Trabalho de grupo	4h	➢ Como transformar eventos offline em comportamentos online rastreáveis e acionáveis para tomadas de decisão.

PREÇO ASSOCIADO: 190€+IVA PREÇO NÃO ASSOCIADO: 250€+IVA

FORMADOR: RUI CRUZ

Rui David da Cruz é consultor de marketing programático e formador na APAN e no programa de formação para executivos na Universidade Europeia.

Especializado em Marketing Digital e em Business Analytics e Big Data pela Universidade Católica, começou por estudar Engenharia Eletrotécnica e Computadores no Instituto Superior Técnico em Lisboa mas foi no IADE com o curso superior de Marketing e Publicidade que consolidou a sua formação. Iniciou carreira e desenvolveu atividade em agências de meios onde trabalhou diversos clientes, desde o setor automóvel como o Grupo Volkswagen ao setor financeiro com a OK! Teleseguros passando por coordenação de projetos "Brand Entertainment" para a Procter & Gamble.

Conta com mais de 18 anos de experiência profissional, sobretudo na área do planeamento e compra de meios e também no desenvolvimento estratégico de comunicação para as marcas numa perspetiva integrada.

Em 2012 criou a sua própria unidade de negócio pioneira em Portugal baseada em marketing programático com o desenvolvimento de projetos internacionais para empresas portuguesas exportadoras.

Com um pensamento analítico aliado à inteligência emocional da comunicação publicitária, é o defensor de uma abordagem baseada em dados. Hoje tem uma linha dedicada com vários parceiros tecnológicos internacionais e é responsável pelo desenho e implementação de soluções programáticas de marketing e publicidade para as marcas.