

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

DIGITAL CUSTOMER JOURNEY

DATA	HORÁRIO	DURACÃO	LOCAL
17/01/2023	9h/13h	8 horas	Online
18/01/2023	14h/18h		

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;
 - ✓ Identificar personas relevantes para o seu negócio;
 - ✓ Conhecer o marketing programático;
 - ✓ Integrar múltiplas fontes de dados para análise de retorno;
 - ✓ Desenhar a jornada do consumidor;
 - ✓ Construir um dashboard de integração de variáveis online e offline.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Tendências do mercado digital	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendências Macro 2021.
Introdução ao estudo do comportamento do consumidor	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conceito de Personas; ➤ Políticas de segmentação.
Digital Customer Strategy	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Como fazem as companhias digitais; ➤ O foco na inovação e na experimentação; ➤ Estudos de caso; ➤ Personalização da experiência.
Integração de múltiplas fontes de dados	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dos silos de dados para a integração da informação; ➤ Conjugação variáveis online e offline para medição do retorno.
Trabalho prático	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digital Customer Journey; ➤ Como transformar eventos offline em comportamentos online rastreáveis e acionáveis para tomadas de decisão

PREÇO ASSOCIADO: 140€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 180€+IVA

FORMADOR: RUI CRUZ

Rui David da Cruz é Sócio-Gerente da SCAL3, consultor e Formador de Marketing 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 20 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.