

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

PENSE COMO UMA STARTUP

DATA	HORÁRIO	DURACÃO	LOCAL
17/10/2023	9h/13h 14h/18h	8 horas	Lisboa

OBJETIVO GERAL:

Munir os formandos de conhecimentos de novos modelos de negócio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conhecer a génese de empresas tecnológicas e novos modelos de negócio;
 - Identificar o valor na economia da gratuitidade;
 - Entender a expansão de serviços na criação de valor;
 - Assimilar a importância de conhecer o consumidor;
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
O que é GAFAnomics	1h	➤ Transformação de modelos de negócio.
Sessão prática I	1h	➤ Discussão da aplicabilidade do modelo.
A economia da gratuidade	2h	➤ Como criar valor com consumidores que nada pagam?
Sessão prática II	1h	➤ Discussão da aplicabilidade do modelo.
O foco no consumidor, a transformação na proposta de valor	2h	➤ Conhecer a Digital Customer Journey, as experiências laterais de consumo.
Sessão prática III	1h	➤ Adaptação do modelo GAFAnomics ao negócio.

PREÇO ASSOCIADO: 160€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 210€+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.