

Como Medir e Maximizar o ROI (Return of Investment) das ações de Marketing

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências técnicas e métodos necessários a um adequado processo de Análise do Retorno do Investimento das ações de Marketing.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes deverão ser capazes de analisar o retorno do Investimento das ações de Marketing, tendo por base um conjunto de princípios orientadores.

Destinatários

Este Curso destina-se a Directores, Quadros Superiores e Técnicos na área de Marketing.

Carga Horária

18 horas

Conteúdos

1. Gestão de marketing

- O Marketing no século XXI:
 - - O processo de Marketing e criação de valor;
 - - Satisfação e Retenção de Clientes;
 - - Gestão do relacionamento com os clientes: o CRM.
- Sistema de Informação de Marketing:
 - - Análise do comportamento dos clientes;
 - - Análise da concorrência;
 - - Análise do Mercado.
- Elaboração da estratégia de Marketing
 - - A análise das necessidades pela segmentação;
 - - Identificação da atratividade dos segmentos de mercado;
 - - A escolha do posicionamento no mercado;
 - - O Plano de Marketing estratégico.
- Aplicação do Plano de Marketing:
 - - O desenvolvimento pelo lançamento de novos produtos;
 - - As decisões estratégicas de distribuição, preço e marketing.
- Implementação e Controlo do Plano de Marketing

2. Análise do retorno do investimento

- A complexidade associada a este processo;
- Princípios da Análise;
- Objetivos, Estrutura e Métodos de Análise;
- A análise para além da relação Custo-Benefício;
- Benefícios Tangíveis e Intangíveis;
- A especificidade organizacional;
- Técnicas para uma análise eficaz.

3. Exercícios práticos