

e-Vendas, e-Marketing e e-Services nos mercados B2B

Objetivos Gerais

Na maioria dos negócios e mercados, o e-business tornou-se já uma norma, no entanto, ainda existem possibilidades de fazer melhor uso das ferramentas à nossa disposição para permitir fazer negócios e vendas mais rentáveis, otimizar stocks e conseguir mais clientes de um mercado cada vez mais global. Este Curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos e competências que lhes permitam alavancar o negócio através do e-business, mostrando os benefícios e riscos deste modelo assim como as ferramentas mais utilizadas.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Quais os últimos desenvolvimentos na área da comunicação digital.
- Compreender o funcionamento, vantagens e riscos do Google, dos mercados verticais, dos leilões on-line, da e-venda e usá-los eficazmente para o seu negócio.
- Dar uma melhor resposta a processos digitais como sejam os de contratação pública.
- Aproveitar as ferramentas de marketing como newsletters, blogs e outros para fazerem prospeção digital.
- Estabelecer métricas para suporte às atividades On-Line
- Analisar a presença da sua empresa nos mercados digitais

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais envolvidos e com responsabilidades na maximização dos resultados das suas atividades On-Line, nomeadamente, Gestores e Diretores das áreas de Vendas e Marketing, Gestores de canal, Gestores de Produtos, Diretores e Gestores de E-Business, etc.

Carga Horária

12 horas

Conteúdo

1. A evolução para o modelo de negócio digital

- Visão geral sobre os últimos desenvolvimentos na área de comunicação digital
- Marketing de pesquisa e/ou e-mail marketing
- Introdução aos Blogs, White papers digitais e Podcasts

- Como utilizar os Blogs, White papers digitais, Podcasts e jogos para melhorar as vendas, marketing e níveis de serviço
- Aspectos a ter em conta nos modelos de e-Vendas, e-Marketing e e-Service em B2B
- Mapear as várias técnicas com a utilidade real para o seu negócio

2. A importância da experiência e experimentação nas compras digitais

- Introdução ao marketing de experiências e de experimentação
- Técnicas comuns utilizadas no marketing digital
- Integração dos conceitos digitais no marketing, vendas e serviço ao Cliente
- A experiência no processo de compra digital – compra vs experiência
- Definição de Métricas adequadas
- Ferramentas usualmente utilizadas para medir o impacto no mercado digital

3. Casos especiais de b2b (business to business)

- O uso de leilões para a eliminação do excesso de stocks ou alavancagem do lucro
- A integração das vendas eletrónicas no modelo das vendas "físicas" e processos de serviço
- Comercialização de determinado produto/serviço para estimular a procura de produtos/serviços mais complexos e rentáveis ou de soluções mais abrangentes
- E-services para suporte pós-venda e formação

4. Análise de casos

- Análise de WebSites
- Utilização de ferramentas práticas nos modelos de e-vendas e e-marketing
- Sessão de Perguntas e Respostas