

Database Marketing

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de competências, conhecimentos e técnicas que lhes permitam implementarem e explorarem eficazmente uma base de dados de Marketing nas suas Organizações.

Objetivos Específicos

No final da formação os participantes saberão:

- O que é o Database Marketing?
- Utilizar o Database Marketing como uma nova forma de relacionamento com o Cliente;
- Descrever as características principais do Database Marketing;
- Utilizar as tecnologias de suporte;
- Como implementar um sistema de DataBase Marketing.

Destinatários

Este Curso destina-se aos profissionais das áreas de Marketing e Comerciais, que necessitem utilizar e tirar partido efetivo do “DataBase Marketing”, nomeadamente: Diretores de Marketing e Diretores Comerciais; Técnicos de Marketing e Publicidade; Gestores de Produtos, Marcas ou de Mercado.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I - O que é o Marketing com Recurso a Bases de Dados

- Conceito de base de dados em Marketing;
- Evolução histórica do Database Marketing.

Módulo II - Tecnologias de Suporte ao Database Marketing

- Equipamentos e tecnologias principais;
- O software do Database Marketing;

- Como construir uma Base de Dados para apoio ao Marketing.

Módulo III - Construção de Relações com os Clientes

- Como selecionar os melhores Clientes;
- Construir um relacionamento com os Clientes com criação de valor;
- Seleção dos serviços a prestar aos Clientes: segmentação dos Clientes e dos Produtos.

Módulo IV - Como Procurar Novos Clientes

- As bases de dados a explorar;
- O problema da qualidade dos dados;
- Modelos principais de pesquisa de novos Clientes.

Módulo V - Aspetos Legais na Construção de Bases de Dados de Clientes

- A nova legislação portuguesa e comunitária.

Módulo VI - O Futuro do Database Marketing

- Integração com outras tecnologias emergentes.

Módulo VII - Casos Práticos de Utilização do Database Marketing em Vários Mercados Verticais

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.