

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

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de componentes 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 acções de Marketing, tendo por base um conjunto de princípios orientadores.

Destinatários

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

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos Programáticos

Módulo I - 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.

Módulo II - 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.

Módulo III - Exercícios Práticos