

marketing sprint

PROGRAMA

2024

DIGITALSPRINT.PT

Torne-se um líder de marketing moderno e certificado em oito semanas

Sob a orientação de Frederico Carvalho e outros especialistas em marketing, este curso em regime misto (online + presencial) propõe uma imersão nas estratégias essenciais de negócios online, marketing e inovação digital.

A formação inclui mentoria personalizada, ferramentas exclusivas, e a oportunidade de interação com uma comunidade vibrante de profissionais.

Ao finalizar, os participantes vão apresentar um plano de marketing tático, pronto a ser implementado, e serão certificados.

A formação é elegível para o Cheque Formação +Digital e reconhecida pela DGERT, enriquecendo o seu perfil profissional no panorama europeu. As turmas são pequenas, as vagas limitadas.

Resumo do programa Marketing Sprint:

- 8 semanas de aprendizagem intensiva.
- 6 horas semanais de formação.
- 4 sessões de mentoria em grupo
- Mentoria personalizada 1:1 .
- Ferramentas e materiais exclusivos.
- 1 projeto final para construir uma estratégia de marketing.

No seu tempo livre (a combinar): Orientação profissional mentoria 1:1

Programa de 8 Semanas

✓ SEMANA 1: Arranque e Visão

Alinhamento de objetivos e expectativas do programa, conhecer o grupo de alunos parte do Marketing Sprint.

✓ SEMANA 2: Planejamento Estratégico

Táticas para criar um planejamento estratégico que ressoe com o DNA do seu negócio.

✓ SEMANA 3: Marca

Construção e solidificação de uma identidade de marca que perdura.

✓ SEMANA 4: Posicionamento Autêntico

Articule a sua singularidade e destaque-se na multidão.

✓ SEMANA 5: Fórmulas de Crescimento

Descubra e priorize as alavancas de crescimento mais eficazes para o seu negócio.

✓ SEMANA 6: Retenção: A Chave para a Lealdade

Maximize a lealdade do cliente, identificando e preenchendo lacunas na sua jornada.

✓ SEMANA 7: Analítica: A Ciência por Trás do Sucesso

Domine os números com um modelo de atribuição robusto.

✓ SEMANA 8: Estratégia Final: A Joia da Coroa

Conclua com um plano de marketing tático, pronto a ser implementado e fazer maravilhas.

🎓 GRADUAÇÃO DO MARKETING SPRINT

Entregue o seu projeto final e eleve-se com o prestigioso certificado.

O nosso programa de 8 semanas, em regime misto (online + presencial), adapta-se ao seu ritmo, com um compromisso de cerca de 6 horas semanais. 50 horas de formação, em regime misto, 4 sessões de mentoria em grupo, com datas e horários ajustados às disponibilidades da maioria dos alunos, garantindo uma interação enriquecedora.

Semana 1

Arranque e Visão

Esta fase é crucial para estabelecer uma fundação sólida sobre a qual os restantes módulos serão construídos.

Aproveitaremos para alinhar expectativas, conhecer os membros deste grupo dinâmico e introduzir os conceitos chave que servirão como alicerce para os nossos futuros debates e atividades práticas.

Com um olhar particular sobre a cultura empresarial, liderança e os passos primordiais para estabelecer um negócio online, começaremos a nossa jornada exploratória no mundo do marketing e negócio digital.

Objetivos da Aprendizagem

Pesquisa e Análise de Mercado:

- Compreender o mercado alvo, a concorrência e as necessidades dos clientes para ajudar a moldar a visão e estratégia do negócio.

Plano de Negócio e Estratégia:

- Começar a desenvolver um plano de marketing sólido e uma estratégia de negócio clara desde o início pode proporcionar um caminho, ajudando a evitar obstáculos comuns que muitas empresas enfrentam.

Competências de Liderança:

- Aprofundar o entendimento sobre estilos de liderança e a sua importância no ambiente de negócios online.

Semana 1

Arranque e Visão

em detalhe

SEMANA 1: ARRANQUE E VISÃO

• Sessão 1: Introdução e Imersão

- 1. Bem-Vindo ao Curso! | Ambiente virtual + estrutura geral do curso.
- 2. Introdução ao futuro digital | Panorama geral e tendências.
 - 🎯 QUIZ Online – Introdução ao futuro digital

• Sessão 2: Análise de Mercado e Concorrência

- 3. Networking e Comunidade | Quem é Quem
- 4. Análise de Mercado – Estratégias e ferramentas digitais
 - 📊 Exercício: Análise de Mercado Digital
- 5. Análise da Concorrência | Metodologias Online e Offline para avaliar concorrentes e identificar oportunidades.
 - 📊 Exercício: Terreno Concorrencial
- 6. Hands-On: uso da ferramenta digital Google Trends
- 7. Construir o seu (PCI) Perfil de Cliente Ideal
 - 🎯 QUIZ Online – Descodificar o PCI
- 8. Segmentação de Mercado | Estratégias e exemplos de efetiva segmentação digital.
 - 🎯 QUIZ Online – Segmentação de Mercado

• Sessão 3: Estruturação do Plano de Negócio

- 9. A Arte de estruturar um Plano de Negócios
 - 🎯 QUIZ Online – Estruturar plano de negócios
- 10. Criação e Gestão de um plano de negócios (componente digital).
 - 🎯 QUIZ Online – Criação e Gestão de um plano de negócios (componente digital)
- 11. 📊 KPIs e Métricas Importantes | Identificar e acompanhar

• Sessão 4: Liderança e Gestão em Ambiente Digital

- 12. Gestão e Liderança: Estilos e Casos de Sucesso
 - 🎯 QUIZ Online – Liderança e Gestão no Contexto Digital
- 13. Gestão de Equipas Remotas | Estratégias e ferramentas
 - 🎯 QUIZ Online – Gestão de Equipas remotas
- 14. 🟡 Mentoria em Grupo AO-VIVO | 1 |

Semana 2

Planeamento Estratégico

A segunda semana da nossa jornada foca-se em aprimorar a arte do planeamento estratégico onde cada etapa é crucial para traduzir a visão ampla da empresa em metas tangíveis e acionáveis para a sua equipa.

Vamos desmistificar como um planeamento bem estruturado pode ser a chave para uma liderança assertiva, proporcionando clareza e direção no percurso rumo ao sucesso sustentável.

O objetivo passa por equipar os gestores com as ferramentas necessárias para um planeamento eficaz, adaptável às mudanças inerentes ao mundo dos negócios.

Objetivos da Aprendizagem

Compreensão do Planeamento Estratégico:

- Aprofundar o entendimento sobre a importância do planeamento estratégico, assim como as ferramentas e frameworks que auxiliam na sua elaboração e execução.

Alinhamento Estratégico com o DNA do Negócio:

- Aprender a alinhar o planeamento estratégico com a essência e valores do negócio, garantindo que as estratégias propostas ressoem com a visão global da empresa.

Análise e Avaliação de Estratégias:

- Desenvolver competências para analisar e avaliar diferentes estratégias, identificando aquelas que são mais propícias para alcançar os objetivos do negócio no ambiente digital competitivo.

Semana 2

Planeamento Estratégico *em detalhe*

SEMANA 2: Planeamento Estratégico

• Sessão 1: Fundamentos do Planeamento Estratégico

- 15. Planeamento Estratégico – Conceitos-chave e a importância do planeamento na gestão
- 16. Métodos de Planeamento (Waterfall, Agile, Kanban)
- 17. Objetivos SMART – Definição e aplicação prática para negócios online.
 - 🎯 QUIZ – Objetivos SMART (6m)

• Sessão 2: Alinhamento e Coerência Estratégica

- 18. Estratégia de Marketing 360° | Panorama geral
- 19. Perfil do Gestor de Marketing 360 | Competências e responsabilidades
- 20. A Arte da Estratégia de Marketing: A Odisseia de Joana
 - 🎯 QUIZ – A Odisseia de Joana em Planeamento Estratégico de Marketing
- 21. Organização e Implementação: Estratégias e Alinhamento Estratégico
- 22. Checklist de Potenciais Problemas para o Planeamento

• Sessão 3: Táticas & Ações

- 🚀 23. Do Planeamento à Ação Digital – Balanced Scorecard, OKRs
- 24. Como aumentar a produtividade profissional e fazer mais

• Sessão 4: Análise e Ajuste de Estratégias

- 🚀 25. Avaliação de KPIs e Métricas Relevantes: Uma Lição Pragmática para Empresários e Responsáveis de Marketing
- 🚀 26. Gestão de Crises: Preparação e Resposta Estratégica (contexto Digital)
- 🚀 27. Estratégias Blue Ocean: Inovação e Competitividade (contexto Digital)
 - 🎯 QUIZ – Estratégias Blue Ocean

Semana 3

Marca

Na terceira semana, vamos compreender o universo da marca, explorando como a construção e a solidificação de uma identidade de marca robusta podem ser catalisadores de sucesso sustentável no mercado.

A identidade de uma marca transcende o logótipo ou as cores corporativas; é a impressão duradoura que fica na mente dos consumidores, influenciando as suas decisões de compra e a lealdade.

Vamos desvendar os elementos cruciais na criação de uma marca distintiva e memorável, que ressoe autenticamente com o público-alvo e perdure ao longo do tempo.

Objetivos da Aprendizagem

Compreensão da Identidade de Marca:

- Compreender os elementos fundamentais que constituem a identidade de uma marca e como interagem para criar uma percepção coerente e atraente no mercado.

Desenvolvimento de Estratégias de Branding:

- Aprender a desenvolver estratégias de branding que solidifiquem a posição da marca no mercado, criando uma ligação genuína com o público-alvo.

Medição e Análise da Percepção de Marca:

- Adquirir competências para medir e analisar a percepção do público em relação à marca, e usar essas informações para fazer ajustes estratégicos que impulsionem a fidelidade e o reconhecimento da marca.

Semana 3 Marca *em detalhe*

SEMANA 4: Marca

• Sessão 1: Identidade da Marca

- 28. Introdução à Identidade de Marca | Definições e a essência da identidade de marca.
- 29. Elementos da Identidade de Marca | Exploração dos componentes visuais e não visuais.
- 30. Persona VS PCI (Perfil de Cliente Ideal) – (contexto Digital)
 - 📝 Exercício: Perfil de Cliente Ideal – (contexto Digital)
 - 📝 Exercício: Persona – (contexto Digital)

• Sessão 2: Estratégias de Branding

- 31. Introdução às Estratégias de Branding
- 32. Posicionamento de Marca (contexto Digital)
- 33. Proposta de Valor: valor único que a marca oferece aos seus clientes
- 34. Webinar c/ convidados – Estratégias de Rebranding com Diretoras (Mimosa + Milaneza + ViaVerde)

• Sessão 3: Fidelização e Experiência do Cliente

- 35. Fidelização e Experiência do Cliente (contexto Digital)

Semana 4

Posicionamento Autêntico

Na quarta semana, iremos desvendar a importância do posicionamento autêntico na era digital, crucial para que a sua marca, seja percebida com autenticidade num mundo onde a concorrência está a um clique de distância.

O posicionamento autêntico vai além da simples identificação do seu lugar no mercado; trata-se de articular a singularidade da sua marca de uma maneira que cativa o público alvo.

Nesta etapa, vamos explorar estratégias contemporâneas para se destacar na multidão digital, mantendo uma voz de marca genuína e consistente.

Objetivos da Aprendizagem

Exploração da Singularidade da Marca:

- Compreender o que significa autenticidade no universo digital e como uma marca autêntica pode criar associações valiosas com os consumidores online.

Desenvolvimento de Estratégias de Posicionamento:

- Aprender e aplicar estratégias modernas de posicionamento para destacar a sua marca no ambiente digital, garantindo que a sua mensagem seja ouvida na cacofonia do mundo online.

Análise e Adaptação ao Mercado:

- Adquirir competências para medir a eficácia do seu posicionamento digital, e aprender a adaptar estratégias com base nas análises de desempenho e feedback dos consumidores.

Semana 4

Posicionamento Autêntico

em detalhe

SEMANA 4: POSICIONAMENTO

- **Sessão 1: A Singularidade da Marca**

- 36. Posicionamento na era digital
- 37. Website | Parte 1
- 38. Website | Parte 2
- 39. Arquitetura de informação
- 40. Aplicações Mobile

- **Sessão 2: Estratégias de Posicionamento Digital**

- 41. Marcas com Identidade: Posicionamento à Comunicação Genuína
- 42. Estratégias Vencedoras de Posicionamento Digital
- 43. Universo Digital: Estratégias Integradas para Posicionamento de Marca
- 44. SEO – parte 1
- 45. SEO – parte 2
- 46. SEO – parte 3
- 47. ● Mentoria em Grupo AO-VIVO | Sessão 2 |

Semana 5

Fórmulas de Crescimento

Ao entrarmos na quinta semana do nosso programa, vamos debruçar-nos sobre as estratégias e fórmulas de crescimento que podem catapultar o seu negócio para o próximo nível no ambiente digital competitivo de hoje.

Em particular, focaremos em identificar e priorizar as alavancas de crescimento mais eficazes que estão alinhadas com a visão e os objetivos do seu negócio.

Com o auxílio de ferramentas digitais modernas e análise de dados, será encaminhado para desenhar estratégias que não apenas impulsionem o crescimento, mas que também o sustentem a longo prazo.

Objetivos da Aprendizagem

Identificação de Alavancas de Crescimento:

- Aprender a identificar e avaliar diferentes alavancas de crescimento potenciais que podem ser acionadas para acelerar o desempenho do negócio no ambiente digital.

Desenvolvimento de Estratégias de Crescimento:

- Explorar e elaborar estratégias de crescimento específicas, adaptadas ao contexto do negócio, com foco em maximizar a eficácia de cada alavanca identificada anteriormente.

Análise de Funis de Crescimento:

- Aprender a construir e analisar funis de crescimento, identificando pontos de alavancagem e oportunidades de otimização para melhorar a aquisição e retenção de clientes.

Semana 5

Fórmulas de Crescimento

em detalhe

SEMANA 5: Fórmulas de Crescimento

- **Sessão 1: Identificar as Alavancas de Crescimento**

- 48. Introdução às Alavancas de Crescimento | Conceitos e impacto nos negócios digitais.
- 49. Do Mapeamento de Alavancas à Execução no Marketing
- 50. Transformação Digital e as Alavancas de Crescimento – PARTE 1
- 51. Transformação Digital e as Alavancas de Crescimento – PARTE 2

- **Sessão 2: Desenvolvimento de Estratégias de Crescimento**

- 52. Estratégias de Crescimento Dinâmicas e Adaptáveis
- 53. Estratégias de Generalizadas e Específicas
- 54. Estudo de Caso: Google – Crescimento pela inovação
- 55. Estratégias de Criação de Modelos de Negócio e Marketing Eficientes

- **Sessão 3: Introdução e Análise de Funis de Crescimento**

- 56. Fundamentos dos Funis de Marketing | Fases
- 57. Construção de Funis | Processo, estratégias e táticas para desenvolver funis eficazes.
- 58. Funis, Escada de Valor e Precificação (contexto Digital)
- 59. ● Mentoria em Grupo AO-VIVO | 3 |

Semana 6

Retenção

A retenção de clientes é um pilar crucial na sustentabilidade e crescimento de qualquer negócio digital.

Numa era onde a concorrência é voraz e as opções para os consumidores são vastas, estabelecer uma relação leal com o cliente torna-se uma vantagem competitiva inestimável.

Durante esta semana, exploraremos como a jornada do cliente, desde o primeiro contacto até à recompra e referência, pode ser otimizada para garantir satisfação e lealdade contínuas.

Desenvolveremos estratégias eficazes para identificar e preencher as lacunas existentes na jornada do cliente, fortalecendo assim a retenção e promovendo uma lealdade duradoura.

Objetivos da Aprendizagem

Análise da Jornada do Cliente:

- Compreender a jornada do cliente na esfera digital, identificando pontos de contacto críticos que influenciam a retenção e lealdade.

Identificação e Preenchimento de Lacunas:

- Desenvolver competências para identificar lacunas na jornada do cliente e criar estratégias eficazes para preenchê-las, melhorando assim a experiência global do cliente.

Estratégias de Retenção e Lealdade:

- Explorar e implementar estratégias modernas de retenção e lealdade, utilizando ferramentas digitais e táticas de marketing para maximizar a satisfação e lealdade do cliente ao longo do tempo.

Semana 6

Retenção

em detalhe

SEMANA 6: Retenção

- **Sessão 1: Compreender a Retenção de Clientes**

- 60. Princípios da Retenção de Clientes | Fundamentos e importância estratégica
- 61. Data-Driven Marketing (contexto Digital)
- 62. Customer Journey Mapping | identificar pontos de contacto e oportunidades de retenção
- 63. Email Marketing | Segmentação e comportamento
- 64. Análise de Segmentação para Fidelização – (contexto Digital)
- 65. Maximizar o Valor do Tempo de Vida do Cliente
- 66. ● Mentoria em Grupo AO-VIVO | 4 |

- **Sessão 2: Táticas de Fidelização de Clientes**

- 67. Content Marketing para Retenção
- 68. Estratégias Mobile Marketing para Retenção
- 69. Retargeting – Técnicas e plataformas para reconquistar atenção

Semana 7

Analítica

A analítica não é apenas uma parte integrante do marketing digital, mas o núcleo que orienta decisões estratégicas informadas.

Nesta semana, iremos mergulhar na ciência da analítica e como é crucial para avaliar o desempenho das estratégias de marketing, otimizando assim o retorno sobre o investimento (ROI).

Ao explorar ferramentas modernas e modelos de atribuição robustos, os participantes serão equipados com o conhecimento necessário para interpretar dados e transformá-los em insights acionáveis.

A narrativa dos números é essencial para entender a eficácia das iniciativas de marketing, e é isso que vamos desvendar ao longo desta semana instrutiva.

Objetivos da Aprendizagem

Domínio de Ferramentas Analíticas:

- Explorar e ganhar proficiência em ferramentas analíticas modernas como Google Analytics 4, entre outras para recolher, processar e interpretar dados relevantes para a estratégia de marketing digital.

Análise Crítica e Interpretação de Dados:

- Aprimorar a capacidade de análise crítica para interpretar dados de várias fontes, identificar tendências, e extrair insights valiosos que podem informar e otimizar estratégias futuras, focando sempre na melhoria contínua e na maximização do ROI.

Semana 7 Analítica

em detalhe

SEMANA 7: Analítica

- **Sessão 1: Comportamento do Consumidor e Analítica**
 - 70. Behavioral Economics c/ Rodolfo Cardoso
 - 71. Analítica no Marketing Digital
 - 72. Google Analytics 4
 - 73. CRM | Visão geral e aplicações práticas

Semana 8

Estratégia Final

A última etapa desta jornada formativa é crucial para consolidar todo o aprendizado e traduzi-lo numa estratégia tática de marketing sólida e aplicável.

A semana 8 desdobra-se como a fase de implementação onde estará na vanguarda, pronto para operacionalizar todos os insights e estratégias discutidos nas semanas anteriores.

A "Estratégia Final: A Joia da Coroa" é mais do que apenas uma recapitulação; é sobre a criação de um plano de marketing tático robusto, personalizado para o seu negócio, pronto para ser desencadeado no mundo digital. Terá a oportunidade de reunir todos os fragmentos, refinar a estratégia e preparar-se para um lançamento bem-sucedido no reino digital.

Objetivos da Aprendizagem

Desenvolvimento do Plano de Marketing Tático:

- Aprofundar o entendimento em como elaborar um plano de marketing tático que integre todas as estratégias discutidas anteriormente, garantindo o marketing digital seja abordado eficazmente e esteja alinhado com os objetivos de negócio.

Aplicação Prática:

- Transitar do teórico para o prático, aplicando os conceitos e estratégias aprendidas na criação de um plano de marketing tático real e mensurável. Esta é a fase onde a teoria encontra a prática, garantindo que está pronto para os desafios do mundo digital com um plano sólido em mãos.

Semana 8

Estratégia Final

em detalhe

SEMANA 8: Estratégia Final - A Joia da Coroa

- Plano Tático de Marketing



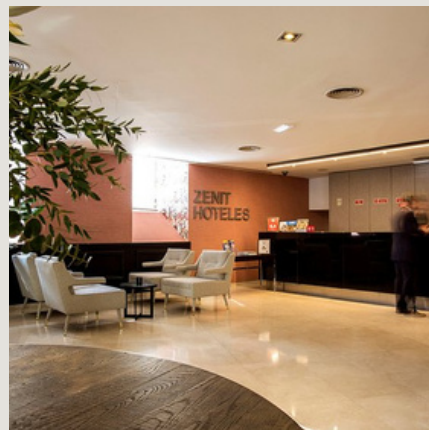
Evento Presencial

A Graduação do Marketing Sprint é um evento marcante não apenas simboliza o culminar de semanas de aprendizagem intensa e desenvolvimento de competências, mas também serve como uma plataforma para a partilha de conhecimentos e a criação de ligações valiosas no mundo do marketing digital.

A Graduação vai além de uma celebração do aprendizagem; é uma janela que se abre para o universo vasto e dinâmico do marketing digital.

Neste dia, teremos a oportunidade de relembrar e refletir sobre os insights valiosos adquiridos ao longo da nossa jornada formativa, bem como de interagir com profissionais de marketing experientes e entusiastas que partilham a mesma paixão por estratégias digitais inovadoras.

A programação terá sessões interativas, discussões enriquecedoras e oportunidades de networking, tudo num ambiente inspirador e energético. Este será o momento para consolidar o que aprendemos, explorar novas perspetivas e estabelecer relações profissionais que poderão gerar futuras colaborações frutíferas.



LOCAL:

Hotel Zenit Lisbo

Avenida 5 de Outubro 11, 1050-047 Lisboa

Coordenador do programa de aprendizagem



Com uma trajetória de mais de 17 anos na área de marketing digital, **Frederico Carvalho** destaca-se no universo académico e empresarial. Atualmente, contribui para a formação avançada em marketing digital enquanto docente na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, para turmas de mestrado e pós-graduação, e estendendo a sua experiência também à Universidade Europeia e à Universidade Autónoma.

Na esfera empresarial, é fundador e CEO da DIGITALFC e da SMSonline.pt, empresas que atuam respectivamente nas áreas de consultoria digital e SMS Marketing. Sob a sua liderança, a DIGITALFC desenvolveu mais de 700 relatórios de análise para diversas entidades de prestígio no panorama nacional e internacional.

No mundo editorial, é co-autor o best seller “Marketing Digital para Empresas” e redigiu o prefácio do livro “Marketing de A a Z” de Vasco Marques. Frederico é também a mente criadora do CLICKSUMMIT, uma conferência de Marketing e Vendas online, e Business Partner da conferência Digitalks Portugal.

A sua partilha de conhecimento estende-se ao blog www.fredericocarvalho.pt e ao podcast semanal “Marketing por Idiotas”, consolidando-se como uma voz ativa e influente na economia digital e marketing em Portugal.



Sobre a Multidados

Fundada em 1998, a Multidados é uma agência multidisciplinar de renome em estudos de mercado em Portugal.

Com uma abordagem holística e especializada, os serviços da Multidados focam-se em pesquisa, segmentação, novos produtos, comunicação e liderança.

O diferencial reside na entrega de soluções estratégicas que refletem um mercado em constante mutação e consumidores cada vez mais informados.

Morada

Rua de Angola, 26, Forca
3800-008 Aveiro Portugal

E-mail

multidados@multidados.com

Telefone

+351 234 386 407



marketing sprint

OBRIGADO

DIGITALSPRINT.PT