

Inscreva-se
até 17 de Maio e
obtenha
descontos
especiais

S training

Seminário Técnico

Luanda, 28, 29 e 30 Maio de 2019 - Hotel****

Variáveis, estratégias e ferramentas de

MARKETING DIRECTO 2019

24 horas de Formação Especializada e 100%

- Determinar as **características, funções e vantagens** do MD
- Dominar as **variáveis básicas** de MD
- Saber como **identificar e qualificar** Clientes através de **listas, bases de dados, segmentação e data mining**
- Definir os **elementos básico e opcionais** de uma promoção
- Dominar as **ferramentas clássicas e digitais** do MD
- Conhecer os **elementos de análise web**
- Determinar **indicadores de resultados**

1. **Preços Especiais para Equipas** da mesma Empresa
2. Importantes **descontos inscrevendo-se até 17 de Maio**
3. **Disponível em formato à Medida**

Inscreva-se já em

www.sapientzia.com contacto@sapientzia.com

Telf.: 921018466

Estimado/a Profissional,

Em tempos difíceis, o Marketing Directo representa a **ferramenta mais útil, efectiva e económica**, tanto para a **captação** de Clientes como para a **fidelização** dos mesmos. Se a isto juntamos as possibilidades que proporciona o 2.0, o Marketing Directo vê ampliado o seu potencial ao poder oferecer alternativas mais criativas e menos dispendiosas.

A S-Training coloca à sua disposição um Seminário com um **enfoque eminentemente prático** que lhe permitirá conhecer e dominar os pontos-chave do:

MARKETING DIRECTO 2019

Luanda, 28, 29 e 30 de Maio de 2019

Aproveite 3 dias de formação para saber:

- Como tornar mais efectivas as suas **estratégias e campanhas** de M.D.
- Como integrar as **estratégias** de M.D. **off-line** com as estratégias **on-line**
- Quais as vantagens e as limitações da integração de **meios 2.0** nas campanhas de MD
- Como se calculam e avaliam os possíveis **resultados**
- Quais são os **canais** de M.D. que melhor resultado oferecem
- Que **formatos** e que **suportes** são os **mais efectivos** para chegar ao público-alvo
- Onde se encontram as **bases de dados** que podem utilizar-se e que fiabilidade têm
- Como planificar e desenvolver uma **estratégia de E-mailing**
- Quais são os **componentes no processo de criação de uma campanha** de M.D. e quais os erros mais frequentes.
- Como integrar Call Centers, vendedores e Atenção ao Cliente nas estratégias de M.D.

Esperamos poder cumprimentá-lo/a pessoalmente. Até lá receba as nossas mais cordiais saudações

A Direcção

P.S. - Aproveite o desconto até dia 17 de Maio. Inscreva-se antes!

Marketing Directo, Marketing Relacional: Contextualização

- Marketing Relacional como filosofia do novo marketing
- Características do Marketing Directo
 - o Vantagens e limitações
 - o Público alvo
 - o Gerar Clientes e conseguir vendas
 - o Medição clara e directa dos resultados
 - o Criação e manutenção de uma base de dados (BD)
 - o Controlo da estratégia comercial
 - o Tácticas ou estratégias invisíveis
- Funções do Marketing Directo
- Venda à distância de produtos ou serviços
- Comércio electrónico:
 - o Como canal de distribuição
 - o Venda de produtos complementares e serviços de pós venda a clientes existentes.
 - o Vendas de produtos para os quais a força de vendas não é efectiva
 - o Vendas em áreas sem distribuição
 - o Teste ou desenvolvimento de conceitos de produtos ou serviços
 - o Geração de tráfego ao prescriptor ou ao ponto de venda
 - o Apoio ao lançamento de novos produtos
 - o Gerar contactos e qualificá-los
 - o Incrementar a lealdade dos Clientes.

Variáveis básicas do Marketing Directo

- Base de dados
- Ofertas/Promoções
- Criatividade
- Meios
- Serviços ao Cliente e fulfillment
- Peso relativo das variáveis

Estratégia e Marketing Directo

- Direcção estratégica de mercado
- Plano de Marketing Directo eficaz
- Marketing de captação
- Marketing de cultivo
- Relações entre captação e cultivo

Identificação e qualificação dos melhores clientes

- As listas: conceito, tipos de lista, listas de resposta, listas compiladas, lista própria
- Fontes das listas: aluguer ou intercâmbio de listas, a compra de listas, avaliação das listas
- As bases de dados: criação da base de dados, qualidade da base de dados
- Segmentação: por comportamento de compra, critérios geo-demográficos, critérios psicológicos
- Data Mining

A promoção no Marketing Directo

- A promoção em Marketing Directo
- Elementos básicos da promoção: posicionamento, Preço, Pagamento
- Calmantes - mecanismos de redução de risco: garantia de devolução do dinheiro em caso de insatisfação, garantia de preço mínimo, período de prova gratuito, compra garantida ao cabo de um certo tempo
- Compromisso.
- Elementos opcionais da promoção:
 - o Incentivos: obséquios/brindes gratuitos, descontos, sorteios
 - o Impulsores: limite de tempo, limite de quantidade
 - o Endurecedores e "suavizadores" para a venda em várias fases

Ferramentas clássicas de Marketing Directo

- Os meios e o plano de Marketing Directo:
 - o Diferenças com a publicidade
 - o Plano de Meios: Objetivos, target, meio, timing, compra de meios, teste, custos, avaliação do Plano de Meios
- Campanhas por correio:
 - o Vantagens e limitações
 - o Sistemas de realização de mailings
 - o Elementos básicos de um mailing.
- Meios impressos:
 - o Jornais e revistas: considerações a ter em conta
- Meios difusivos clássicos:

- o Rádio
- o Televisão
- o Televisão interactiva
- o Outros meios electrónicos
- Telemarketing:
 - o Características do meio: vantagens e limitações
 - o Integração com outros meios
 - o Emissão de chamadas.
 - o Recepção de chamadas
 - o Campanhas por telefone móvel

Marketing directo na internet

- Criação de um website de sucesso: processo de construção, factores a ter em conta
- Geração de tráfego no website: Marketing de motores de pesquisa: SEO e SEM, e-mail marketing, marketing viral, marketing de afiliação, publicidade, Social Media Marketing, Patrocínio on-line, promoção on-line, publicidade on-line, sindiciação de conteúdos
- Comércio electrónico: modelos, compra simples e de confiança, apresentação da entrega fácil e eficiente
- Personalização e clientização de oferta

Análise de tráfego web

- Elementos para a análise do tráfego web
- Métricas de tráfego web: Visitantes, visitantes únicos e utilizadores únicos, Visitas ou sessões, páginas vistas, visitas provenientes de buscadores, visitas provenientes de cada buscador, visitas provenientes de resultados naturais vs links patrocinados em buscadores, média de tempo no site ou duração da visita, ranking de páginas mais vistas, termos de procura que originam a visita, taxa de abandonos, web sites de

referência, percentagem de novas visitas, páginas de destino, percentagem de conversões, Tráfego directo, a mote lenta das páginas vistas

- Análise
- Google Analytics

Análise de resultados e indicadores

- Indicadores de resultados
- Análise de custos: conta de resultados
- Programas de continuidade
- Indicadores de Rentabilidade

Especialmente desenvolvido para:

- Directores e Responsáveis de Marketing
- Responsáveis de Promoções
- Brand Managers
- Directores e Responsáveis de Vendas
- Product Managers
- Consultores e Assessores de Marketing
- De entidades públicas e privadas que pretendem realizar uma gestão eficaz do seu Plano Marketing

As bases da Formação S-Training

Os Seminários de S-Training brindam-lhe uma oportunidade única para o desenvolvimento das competências necessárias para a rentabilização máxima do seu trabalho diário. Por esse motivo baseamo-nos nos seguintes princípios:

Temas Pertinentes e de Aplicação Prática e Imediata

Todos os conteúdos desenvolvidos por S-Training têm como base uma completa investigação das necessidades reais e quotidianas das organizações e pretendem fornecer-lhe as ferramentas necessárias para tornar mais produtivo e eficiente o seu trabalho diário. Todos os conhecimentos adquiridos podem ser de imediato postos em prática porque se passa do plano conceptual ao plano prático e operacional através dos exercícios, análises de caso, simulações.

Participação e Interactividade

É imprescindível que todos os assistentes participem de forma activa e positiva, criando a base da interactividade.

Networking

É importante conhecer profissionais com as mesmas necessidades e com experiências diferentes. Os Seminários S-Training são uma excelente oportunidade.

Recursos Pedagógicos de alto Impacto

As sessões de S-Training minimizam o método expositivo de conhecimento em detrimento do método vivencial, da aprendizagem através da experiência própria e partilhada. Por esse motivo muitas das sessões se baseiam em role-plays, simulações, análise de casos reais e trabalhos de grupo.

Continuidade

Acreditamos que a Formação não pode ser uma coisa isolada e por isso propomos e Elaboração de Planos de Acção Individuais, onde se traçam e definem atitudes e compromissos a assumir.

Formadores de Referência

Entendemos que a melhor formação só pode ser ministrada pelos melhores Formadores em cada área e por esse motivo seleccionamos os melhores Especialistas seguindo rigorosos critérios de Qualidade. Todos os Colaboradores de S-Training têm sólidos conhecimentos sobre os temas a tratar e uma experiência mínima de 15 anos que lhes permite abordar com exactidão qualquer tema relacionado com o Marketing directo

Reserve a sua Participação

www.sapientzia.com

contacto@sapientzia.com

921018466

Inscrição

Preço

Até 17 de Maio

359.900 AKZ

Depois de 17 de Maio

379.900 AKZ

O valor da inscrição inclui a documentação almoços e os coffee breaks indicados no programa.



Data e lugar de celebração

Luanda, 28,29 e 30 de Maio de 2019

Hotel ****

Facturação

Belas- Benfica Rua 6 Travessa 4 - Edifício Palanca TV Luanda

S-Training oferece descontos especiais a empresas que inscrevam 2 ou mais pessoas no mesmo evento.

Para mais informação contactar 921018466

Certificado de Assistência

Será entregue no último dia do Seminário um certificado de assistência a todos os Participantes que o solicitem.

Cancelamento de Inscrições

O cancelamento de uma inscrição deve ser comunicado por escrito até 5 dias úteis antes do início do evento e ser-lhe-á restituído o valor da inscrição excepto 20%, referente a gastos administrativos. Depois deste período não será possível a devolução do valor pago. No entanto, S- Training admite uma substituição à presença da pessoa inscrita. Qualquer substituição deve ser notificada por escrito até 48 horas antes do início do Seminário.

A entrada no Seminário só é garantida se o pagamento da inscrição for efectuado antes da data de início do evento.