

Estabeleça um conjunto de

MARKETING METRICS & KPIs

Participe no Seminário de 24 horas e:

- Avalie os **critérios** a seguir para **desenhar um modelo de KPIs** que lhe permitam medir e quantificar, controlar os desvios e corrigi-los
- Estabeleça um **conjunto de métricas** para demonstrar o **rendimento** do Marketing do ponto de vista **financeiro** e de **rentabilidade**
- Conheça em profundidade os KPIs que lhe permitem **controlar o impacto real** do seu Plano de Marketing e **tomar decisões baseadas em critérios objetivos**
- Obtenha as **ferramentas de medida** e as **metodologias** de análise imprescindíveis para medir os resultados dos seus Planos de Marketing **online** y **offline**

1. **Preços Especiais para Equipas** da mesma Empresa

2. Importantes **descontos para grupos**

3. **Disponível em formato à Medida**

Inscreva-se Já em

www.sapientzia.com contacto@sapientzia.com

Telf.: 921018466

Estimado/a Profissional,

Cada vez que falamos do **desenho e implementação de estratégias de Marketing**, sejam elas **tradicionais** ou de Marketing **online** e **redes sociais**, surgem associados conceitos de **medição, seguimento, monitorização** que são análises e métricas imprescindíveis para controlar o “estado de saúde” das actividades e do nosso modelo de negócio. É justamente nesta fase que os termos métricas e KPIs adquirem todo o seu potencial e usabilidade.

Por este motivo, S-Training tem o prazer de lhe apresentar em primeira mão um Seminário desenvolvido para analisar em profundidade:

MARKETING METRICS & KPIs

Luanda, 21,22 e 23 de Julho de 2020 - Hotel****

Chegou o momento de averiguar as cifras do Departamento de Marketing:

- Conhece o **impacto** de todas as suas acções de Marketing? E quais delas são realmente rentáveis e quais não?
- Está entre os seus objectivos **controlar o gasto** em Marketing e **melhorar o retorno do investimento**?

É inquestionável que há que **ajustar os orçamentos**, que há que **controlar** em detalhe **cada Kwanza** gasto e há que **maximizar** qualquer **investimento**. Os profissionais de Marketing sabem disso! Perante um contexto como o actual, **demonstrar e justificar os investimentos**, demonstrar a **contribuição para os objectivos** da organização e contar com o **apoio do números** é decisivo!

Com a confiança de apresentar um tema de máxima actualidade, despedimo-nos, esperando poder cumprimentá-lo em Julho.

Com os melhores cumprimentos

A Direcção

P.S. - **Não perca esta oportunidade e inscreva-se quanto antes!**

Critérios para o desenho de um modelo de KPI para Marketing

- Porquê, quando e o que é necessário medir: a utilidade das distintas métricas em função do tipo de organização, da sua estratégia e dos seus objectivos
- Que benefícios devem obter-se da implementação de um modelo de Marketing Metrics:
 - o Análise das vantagens e benefícios reportados pelas métrica
 - o Parâmetros a considerar para usar as referidas vantagens

A contribuição do Marketing para os resultados globais da organização

- A conta de resultados e a contribuição de Marketing
- Que métricas utilizar para demonstrar mediante KPIs a contribuição real da actividade de Marketing aos objectivos organizacionais:
 - o Eficiência
 - o Eficácia
 - o Actividade
 - o Produtividade
 - o Qualidade
- Indicadores financeiros e Marketing
- Métricas a considerar para reflectir o rendimento de Marketing do ponto de vista financeiro:
 - o Custos
 - o Produtividade

- o Rentabilidade: vendas, activos e capital investido
 - Indicadores dos resultados de Marketing
- o Métricas a seleccionar para medir o impacto da estratégia de Marketing nos resultados organizacionais:
 - Mercado
 - Concorrência
 - Clientes
- o Rentabilidade do Marketing: medir, controlar e utilizar os indicadores de rentabilidade de Marketing
- o Utilização dos resultados obtidos com o controlo de indicadores financeiros e de Marketing
- o Estabelecimento de estratégias de Marketing e crescimento rentável

Métricas para Marketing offline

- Métricas de promoção: como medir os resultados directos e indirectos do uso de promoções
- Métricas de vendas: como medir o impacto das acções de Marketing sobre as vendas

Métricas para Marketing online

- Definição e desenho dos KPIs básicos para os diferentes contextos online
 - o Redes sociais
 - o E-mail Marketing
 - o Blogs
 - o Páginas web
 - o Pesquisa orgânica (SEO)
 - o Pesquisas de pagamento (SEM)

- Mobile Marketing Ferramentas de medição: que ferramentas usar e como fazer uso delas para obter uma visão real das acções online:
 - o métricas reputacionais
 - o métricas de viralidade
- Metodologias de análise: como transformar as medidas em informação relevante para tomar decisões
- Análítica web vs experiência do utilizador

Especialmente desenvolvido para:

- Directores e Responsáveis de Marketing
- Responsáveis de Promoções
- Responsável de Meios e Publicidade
- 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

Horário

- Os Assistentes são recebidos no 1º dia às 8h00
- Seminário tem início às 8h30, terminando às 17h00.
- Almoço servido das 13h00 às 14h00.
- Coffee breaks servidos às 10h30 e às 15:30

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 as métricas de Marketing

Reserve a sua Participação

www.sapientzia.com
contacto@sapientzia.com
921018466

Inscrição

Preço
379.900 AKZ

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



Data e lugar de celebração

Luanda, 21,22 e 23 de Julho de 2020

Hotel ****

Facturação

Belas- Benfica Rua 6 Travessa 4 - 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.