instituto unicenter



Maximizar ROI do Marketing

Maximizar ROI do Marketing (444,00€)

Objetivo Geral

Este curso tem como objectivo dotar os participantes dos conhecimentos, técnicas e competências que lhes permitam medir, analisar e optimizar o retorno sobre o investimento (ROI) das acções de marketing de forma profissional e eficaz, utilizando a analítica como uma ferramenta de gestão estratégica para o crescimento do negócio.

Objetivos Específicos

• Identificar os objectivos e KPIs críticos para a medição do sucesso em marketing.
• Seleccionar os modelos de atribuição adequados a cada jornada do cliente.
• Definir os passos para a preparação de orçamentos baseados em performance e dados a obter.
• Conduzir auditorias de eficiência em canais pagos e orgânicos.
• Organizar os documentos pós-campanha, analisar resultados e desenvolver relatórios de ROI.

Destinatários

Este curso destina-se a profissionais que têm um papel central na gestão de investimentos e resultados de marketing. Em particular:
• Gestores de Marketing e Performance: que lideram equipas e necessitam de assegurar a rentabilidade dos orçamentos.
• Diretores Comerciais e de Negócio: responsáveis pela análise de performance e integração de dados de vendas.
• Técnicos de Marketing e Analistas: que necessitam de metodologias eficazes e atualizadas para avaliar campanhas.

Perfil do formador

Os nossos Formadores trabalham em grandes empresas Nacionais e Internacionais, o que lhes permite partilhar a sua experiência real com os Clientes.
• Licenciados, pós-graduados ou mestrados na área da formação que ministram.
• Experiência profissional relevante no setor de Marketing Performance e Analítica.
• Ampla experiência pedagógica e de formação técnica.

Programa (carga horária: 12h)

Módulo 1

Fundamentos do ROI em marketing

• Objectivos: Analisar Competências e Clarificar Dados Financeiros.
• Razões e Fundamentos para a cultura orientada a resultados.

Módulo 2

Métricas e KPIs de performance

• Selecção de indicadores por canal e etapa do funil.
• CAC (Custo de Aquisição), LTV (Lifetime Value) e ROAS.

Módulo 3

Modelos de atribuição e jornada

• Pesquisa e Planeamento de pontos de contacto.
• Atribuição de conversões e pesos de investimento.

Módulo 4

Otimização de orçamento e canais

• Dados a obter: Como os solicitar e investigar através de dashboards.
• Técnicas de Análise Comportamental do consumidor e conversão.

Módulo 5

O ROI como instrumento de gestão

• Identificar potencialidades de escala e orientar investimentos.
• Coligir Dados, apresentar resultados e elaborar relatórios de performance.

Módulo 6

Boas práticas e erros a evitar

Módulo 7

Simulações práticas

instituto unicenter

Lisboa
R. Duque de Palmela 25 1º andar
1250-097 Lisboa

Telefone: (+351) 21 134 6028

Porto
R. de Nossa Sra. de Fátima 432
4050-426 Porto

Telefone: (+351) 22 608 3500