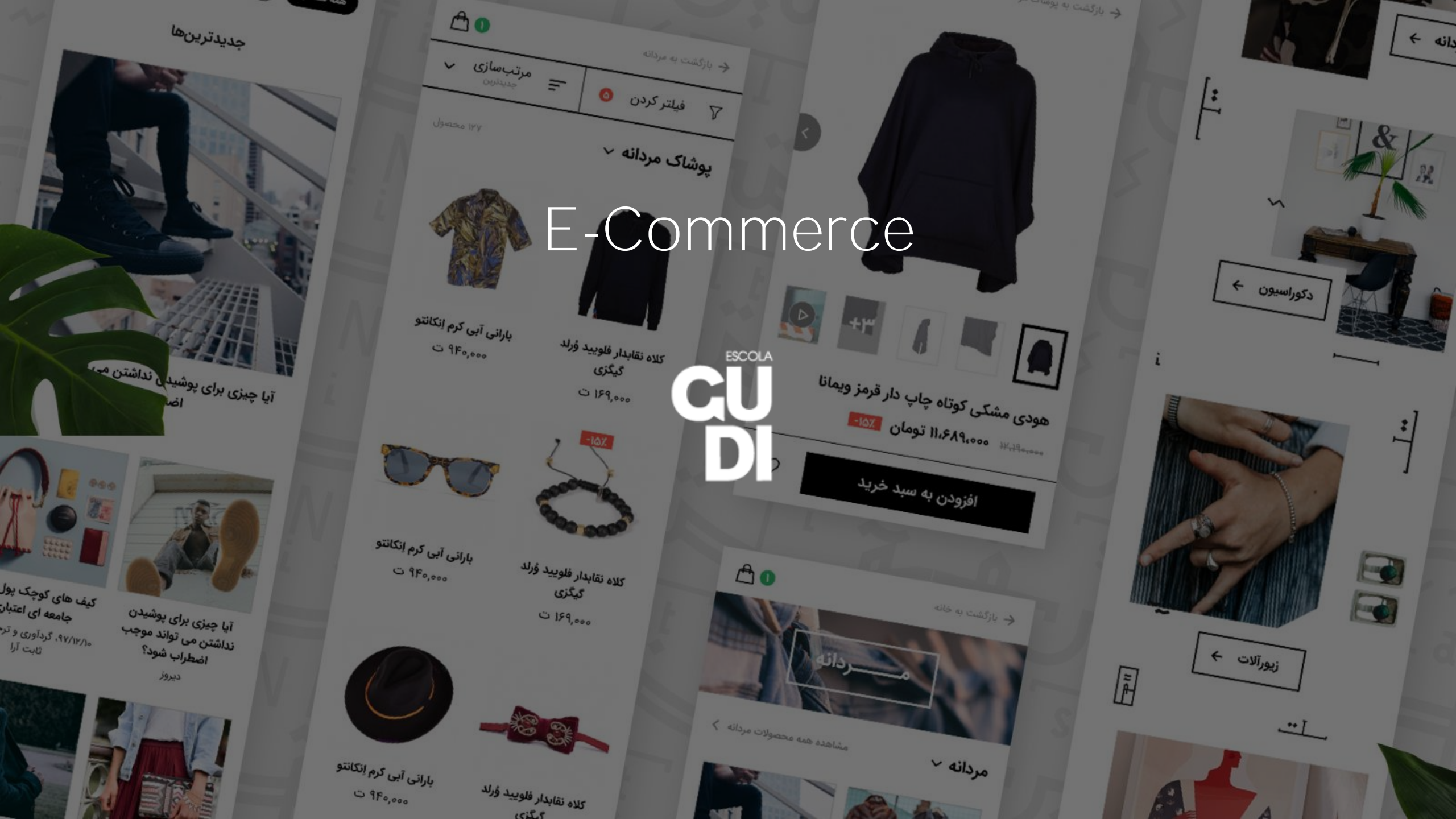


E-Commerce

CU
DI



Nos dias de hoje uma marca que não tenha presença digital é como se não existisse. É impossível não pensar em e-commerce quando falamos em moda. O comércio eletrônico é fundamental tanto para as empresas, para venderem online dos seus produtos, como para os consumidores.

Este curso tem como objetivo explorar conceitos específicos e aspetos de implementação para a criação e a gestão de uma loja virtual e ajudar a potencializar o negocio. Durante o curso vão ser identificadas as várias componentes de uma estrutura de e-commerce e como as mesmas influenciam a interação com o utilizador e o sucesso do canal digital. Vai ser também explorado a importância de um plano de Marketing Digital bem estruturado, a correta utilização de ferramentas e a importância da analítica e de todas as métricas que devem ser acompanhadas.

No final do mesmo, os alunos deverão conseguir fazer o planeamento, desenvolvimento e otimização de uma loja virtual, através da aprendizagem dos conceitos mais relevantes e de exercícios práticos.

Objetivo 1

Criação de uma estratégia de e-commerce marketing integrada focada numa plataforma de e-commerce.

Objetivo 2

Planear, desenvolver e fazer a gestão de uma plataforma de e-commerce

Objetivo 3

Conhecer e aprender a trabalhar com ferramentas de marketing digital .

Objetivo 4

Planear, desenvolver e fazer a gestão de uma plataforma de e-commerce

Conteúdo

1. Introdução (3h)

- I. Conceito E-commerce.
- II. Evolução do comércio tradicional vs. E-commerce.
- III. A moda na era digital.
- IV. Consumidor Online.
- V. Tendências.

2. Plataforma de E-commerce (6h)

- I. Plataforma própria vs Soluções standard grátis e pagas.
- II. Definir a Melhor Plataforma.
- III. Layout.
- IV. Arquitetura da informação.
- V. Mobile Experience.
- VI. User Experience.
- VII. Domínio.
- VIII. Estrutura e Mapa do Site.
- IX. Ferramentas.

3. Planeamento estratégico (6h)

- I. I. Analise do mercado.
- II. II. Analise SWOT.
- III. Analisa da concorrência.
- IV. Benchmarking.
- V. Target e perfil do consumidor.
- VI. Produto e portfolio.
- VII. Branding.
- VIII. Ferramentas.

4. Plano Digital Marketing(6h)

- I. Introdução.
- II. Trafico e Performance.
- III. Paid, Earned e owned media.
- IV. Conteúdo.
- V. Google Ads, Social Media Ads, Afiliados, email Marketing.
- VI. Google Shopping.
- VII. Social Media strategy.
- VIII. Audiências e Retargeting.
- IX. Geração de Lead.
- X. SEO e Keywords.
- XI. Ferramentas.

5. Analytics (6h)

- I. Definição de métricas, KPIS e objetivos.
- II. Funil de Conversão.
- III. Medição de resultados e taxas de conversão de todos os canais.
- IV. Resultados de Campanhas.
- V. Consumer Path.
- VI. Social Listening e reviews.
- VII. Contruir Dashboards e relatórios.
- VIII. Ferramentas.

6. Estratégia e Crescimento (3h)

- I. Estratégia de Aquisição.
- II. Otimização da taxa de conversão.
- III. Aumentar Ticket Médio.
- IV. Exemplo de anúncios e funis.
- V. Marketplaces.
- VI. Ferramentas.

Formador

Grace Trigueiros

Formada em Ciências da Comunicação e especializada em Marketing, desenvolveu a sua carreira entre Portugal e Espanha.

A sua experiência profissional sempre foi relacionada com Marketing Digital, como Analista de Performance e Analista de Social Listening para marcas como Coca Cola e L'Oreal, entre outras.

Passados quatro anos em Madrid decide regressar para o Porto e abraçar um novo desafio na Salsa Jeans onde foi responsável por todas as campanhas de Google ads, afiliados, projeto SEO e análise de performance da loja online.

Ao longo destes anos a Graça acabou por se especializar nas diversas áreas de marketing digital, todas fundamentais para conseguir desenvolver e manter um negócio de sucesso online.



Horário

30 horas

18:30h – 21:30h

Horário pós-laboral

Dirigido a

Empreendedores, profissionais e/ou estudantes de marketing, publicidade, comunicação, branding e gestores de projetos.

Contexto Profissional

E-commerce, Marketing Digital