

Após 8 anos desenvolvendo Estratégias Digitais, preparamos um Curso Fantástico para você!

O Professor do Curso: Administrador de Empresas com MBA em Marketing, já recebeu Consultoria do Facebook SP, da empresa Resultados Digitais de SC, Gerenciou o Departamento de Marketing Digital em 5 empresas e realizou mais de 500 Campanhas.

Confira tudo que você vai aprender nas 48 HORAS do Curso GESTÃO DE MARKETING DIGITAL!

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<p>Módulo 1 Arquétipos e Personas Digitais</p>	<p>1.1 Definição de Arquétipos. 1.2 Definição de Personas Digitais.</p> <p>ATIVIDADE: Pesquisa de 3 Concorrentes Diretos e Definição de Persona. <u>Case: Clínica de Estética</u></p>
<p>Módulo 2 SEO</p>	<p>2.1 Personas Digitais. 2.2 Análise On-Page e Off-Page. 2.3 Definição de Palavras Chave. 2.4 Arquitetura da Informação do Site. 2.5 Otimização de Imagens. 2.6 Diagnóstico de velocidade e Otimização Técnica. 2.7 Ferramentas de SEO. 2.8 Otimização de Diretórios. 2.9 Integração de Relatórios: Analytics e Search Console. 2.10 Conteúdo para Blog. 2.11 Black Hat. 2.12 Estratégias Avançadas de SEO.</p> <p>ATIVIDADE: Pesquisa de Palavras Chaves Relevantes de sua Empresa.</p> <p><u>Case: Clínica de Estética.</u> * Entrega de CheckList para Planejamento de SEO.</p>
<p>Módulo 3 Sites de Alta Performance</p>	<p>3.1 Cenário Digital no Brasil. 3.2 Varejo Tradicional X Compras pela Internet. 3.3 Terceirizar ou montar uma Equipe Interna? 3.4 Ferramentas Digitais. 3.5 Dicionário Digital. 3.6 Conceitos Gerais. 3.7 Universo Mobile. 3.8 Melhor Plataforma para Sites. 3.9 Otimização de Sites para Conversão. 3.10 Teste A, B, C. 3.11 Melhor Plataforma para E-Commerce.</p> <p>ATIVIDADE: Arquitetura da Informação de um Site. <u>Case: Escola Profissionalizante.</u> * Modelo de Arquitetura da Informação de um Site Otimizado.</p>



<p>Módulo 4 Marketing de Conteúdo</p>	<p>4. Definição de ZMOT. 4.1 Jornada de Compra. 4.2 Objetivo do Marketing de Conteúdo. 4.3 Ferramentas para agendamento de Publicações. 4.4 Dicas para Produção de Conteúdo. 4.5 Pauta Semanal. 4.8 Funil de Demanda. 4.9 Modelo de Publicações em Blog e Facebook.</p> <p>ATIVIDADE: Realizar Planejamento de Conteúdo para 3 meses. ATIVIDADE DE CASA: Criar uma conta para Disparo de Email.</p> <p><u>Case: E-Commerce da Saúde.</u> * Entrega de Calendário Sazonal + modelo Planejamento Conteúdo Anual.</p>
<p>Módulo 5 Email Marketing</p>	<p>5.1 Melhores Plataformas de Disparo. 5.2 Estratégias para Captação de Emails. 5.3 Listas Segmentadas. 5.4 Melhor Formato para aumentar taxa de Entrega. 5.5 Call to Action e Página de Destino. 5.6 Periodicidade de Envios. 5.7 Testes A, B, C, D, E... 5.8 Métricas Importantes. 5.9 Automação de Marketing.</p> <p>ATIVIDADE: Planejamento Anual de Email Marketing. ATIVIDADE DE CASA: Criar uma Fan Page e Perfil no Facebook.</p> <p><u>Case: Escola de Cursos Profissionalizantes.</u> * Entrega modelo de Planejamento de Email Marketing Anual.</p>
<p>Módulo 6 Estratégias em Redes Sociais</p>	<p>6.1. Perfil de Usuário. 6.2 Fan Page. 6.3. Design de Publicações. 6.4. Planejamento de Conteúdo Fan Page. 6.5 Abordagem na Fan Page. 6.6 Dez Estratégias em Redes Sociais. 6.7 CheckList Comercial Digital. 6.8 Frequência de Postagens.</p> <p>ATIVIDADE: Criação de Estratégia em Redes Sociais para 3 Meses. ATIVIDADE DE CASA: Realizar uma conta no Google AdWords.</p> <p><u>Case: Cirurgia Plástica.</u> * Entrega de CheckList Comercial Digital.</p>



<p>Módulo 7 Google Adwords</p>	<p>7.1 Campanhas do Google AdWords. 7.2 Estrutura das Campanhas. 7.3 Forma de Pagamento. 7.4 Leilão. 7.5 Qual campanha gera o Melhor Resultado? 7.6 Rede de Pesquisa: realizando Campanhas na Prática. 7.7 Pesquisa de Palavras Chave. 7.8 Extensões de Anúncio. 7.9 Variáveis para melhorar Qualidade do Anúncio. 7.10 Página de Destino. 7.11 Teste A, B, C. 7.12 Métricas. 7.13 Otimização de Campanhas. 7.14 Relatórios. 7.15 Certificado do Google.</p> <p>ATIVIDADE: Criação de 10 Campanhas. <u>Case: Escola de Cursos Profissionalizantes.</u></p>
<p>Módulo 8 Google Analytics</p>	<p>8.1 Principais Relatórios do Google Analytics. 8.2 Configuração de Filtros Avançados do Google Analytics. 8.3 Principais Métricas e KPI's. 8.4 Relatórios Diários para aumentar a Produtividade</p> <p>ATIVIDADE: Configuração de Filtros Avançados do Google Analytics.</p>
<p>Módulo 9 Facebook Ads</p>	<p>9.1. Objetivo de cada Campanha. 9.2 Método de Pagamento. 9.3 Business Manager. 9.4 Campanhas que geram melhores Resultados. 9.5 Planejamento em Excel. 9.6 Estrutura das Campanhas. 9.7 Dimensões de Imagens. 9.8 Pesquisa de Personas. 9.9 Segmentação Geográfica. 9.10 Teste A, B, C. 9.11 Página de Destino. 9.12 Otimização de Campanhas. 9.13 Principais Métricas. 9.14 Tempo X Investimento Diário: melhor segmento. 9.15 Públicos Personalizados + Remarketing. 9.16 Relatórios.</p> <p>ATIVIDADE: Criação de 10 Campanhas. <u>Case Clínica de Cirurgia Plástica.</u> * Entrega de CheckList Comercial Digital.</p>