

Marketing Digital

Nº de aulas: 32

Carga Horária: 16

Aula 1

Introdução
Marketing digital
Conceito – Na prática
Breve histórico
Anos 90
Email marketing

Aula 2

Introdução
Os 4PS
Era digital
Apresentação de conteúdo na internet
Redes sociais
Blog

Aula 3

Introdução
Plano de negócios
Como desenvolver um plano de marketing
Briefing
Divisão de plano de marketing
Ações táticas
Google analytics

Aula 4

Introdução
Sucesso do marketing
Posicionamento
Metas
Orçamento
Benchmarking

Aula 5

Introdução
Tráfego

Tráfego orgânico
Conversão
Dicas para aumentar a taxa de conversão
Calcular a taxa de conversão
Marketing de relacionamento
Programa fidelidade e as redes sociais

Aula 6

Introdução
Funil de marketing
Topo do funil
Meio do funil
Fundo do funil
Jornada de compra
Meio do funil – etapa 2
Meio do funil – etapa 3

Aula 7

Introdução
Funil de vendas
Visitantes
Leads
Oportunidades
Otimização e escalar
Otimização
Escalas
Gerir um funil de vendas
Monitoramento e otimização

Aula 8

Mídias sociais com facebook
Anúncios otimizados
Ele é relevante
Incluir valor
Anúncios no facebook
Anúncios no feed de notícias
Anúncio de foto
Anúncio de oferta
Publicação impulsionada

Aula 9

Introdução
Facebook adwords – ads

Conhecendo o facebook adwords – ads
Instant articles
Vídeo in-stream
Instagram
Cobrança
Público
Campanhas
Consideração
Conversão

Aula 10

Introdução
Conjunto de anúncios
Orçamento
Nível de anúncios
Exercícios práticos

Aula 11

Introdução
Nível de anúncios – formatos
Estruturas
Call to action
Rastreamento de pixel
Selecionar vídeos e imagens

Aula 12

Instagram
Recursos do instagram
Conta comercial
IGTV
Vincular contas

Aula 13

Introdução
Search engine optimization (SEO)
Vantagens e desvantagens da busca orgânica
Vantagens e desvantagens da busca paga
Psicologia de busca
Busca navegacional
Busca transacional

Aula 14

Introdução
Mecanismo de busca
Google bot
Ranqueamento do Google
On page
Titulo interno
Títulos de SEO
Heading tags
Otimização de imagens

Aula 15

Introdução
Off page
Autoridade
Localidade
Estratégia de SEO
Importância da estratégia de SEO
Planejar e executar
Como pesquisar palavras-chave

Aula 16

Introdução
Keyword planner
Keyword tools
Semrush

Aula 17

Introdução
Análise de resultados
Dificuldade de ranqueamento
Intenção de compra
Posicionamento da palavra-chave
Análise dos concorrentes

Aula 18

Introdução
Análise SWOT
Fatores internos
Micro e macroambiente
Análise de concorrentes
Análise de On-page

Aula 19

Introdução
Texto âncora
Monitoramento e acompanhamento
Google adwords
Anúncios na rede de display
Anúncios no youtube

Aula 20

Introdução
Rede de display
Shopping do google
Remarketing
Ad rank e custo por clique
Índice de qualidade
Conta no Google adwords
Criando uma campanha

Aula 21

Introdução
Configuração de pagamento
Locais de anúncio
Lances e orçamentos
Extensão de anúncio
Grupo de anúncios

Aula 22

Introdução
Estrutura do anúncio
Extensão de anúncio
Painel do Google adwords

Aula 23

Introdução
Rede de display
Locais de anúncio, estratégia de lances e orçamento
Públicos-alvo
Interesses vs Remarketing
Banner e anúncio

Aula 24

Introdução

Objetivos de campanhas
Público-alvo aba ideias
Anúncios do google adwords

Aula 25

Introdução
Métricas
Código de acompanhamento
Controles do google analytics
Principais métricas
Usuários ou visitante único
Taxa de rejeição

Aula 26

Introdução
Fontes de aquisição de tráfego
Social
Email
Referências
Busca paga
Destino
Duração

Aula 27

Introdução
Trabalhando com campanhas
Mostrar interesse
Manter-se atualizado
Trabalho em equipe
Novas tecnologias

Aula 28

Introdução
O que é o e-mail marketing?
Garantia de envio
Retorno financeiro
Estratégia de marketing
Engajar clientes
Promover conteúdos

Aula 29

Introdução

Nutrir relacionamentos
Tipos de e-mail marketing
Atualizações do blog ou site
Newsletter
Convites
Lista de contatos
Planejamento
Manter contato

Aula 30

Introdução
Opt-out
Segmentando uma lista
Histórico de compras
Frequência de compras
Como montar um e-mail
Agilidade
Torne o cliente especial
Agregue valor
Layout ou template ideal

Aula 31

Introdução
E-GOI, funcionalidades
Trabalhando com o E-GOI
Exportar contatos do Gmail

Aula 32

Introdução
Vantagens do Mailchimp
Opt-in e Opt-out