

# e-commerce

## Curso: Prospeção Comercial e Planeamento de Vendas através de Meios Interativos ou Digitais (ação piloto)



### OBJETIVOS:

- Reconhecer os princípios do comércio eletrónico – desde a sua designação, às vantagens e desvantagens das vendas online, até à identificação dos modelos de negócio e aos canais de venda online;
- Descrever e aplicar as principais técnicas e meios de prospeção de mercado em ambiente digital;
- Identificar as fases de preparação e planificação da venda através de meios online;
- Reconhecer recursos e ferramentas de apoio ao planeamento da venda através de meios online;
- Definir a sua estratégia de vendas online através da identificação clara dos seus objetivos, do público-alvo e dos seus meios de atuação.

**PÚBLICO:** Profissionais do setor do comércio que, no âmbito da sua formação contínua, pretendam adquirir/aperfeiçoar/atualizar competências.

**DURAÇÃO:** 25 horas.

**METODOLOGIA DE FORMAÇÃO:** B-learning (estimativa: sessões presenciais 5h / a distância 20h).

**DATAS DE REALIZAÇÃO:** 15 de janeiro a 16 de fevereiro de 2018 (datas sujeitas a confirmação).

### PROGRAMA:

#### Unidade didática 1 - CONCEITOS GERAIS

1. Comércio Eletrónico
  - 1.1. Porquê investir em comércio eletrónico?
2. Modelos de Negócio Online
3. Marketing Digital
  - 3.1. Os novos consumidores digitais
  - 3.2. O comportamento do consumidor digital

#### 4. Tipos de Canais Digitais

#### Unidade didática 2 - PROSPEÇÃO DE CLIENTES EM AMBIENTE DIGITAL

1. Conceitos e princípios gerais
2. Inbound Marketing VS Outbound Marketing

# e-commerce

## Curso: Prospecção Comercial e Planeamento de Vendas através de Meios Interativos ou Digitais (ação piloto)

- 
3. Obtenção de informação online sobre potenciais clientes e hábitos de compra
    - 3.1. Utilização do Google para pesquisa de mercado
    - 3.2. Utilização das Redes Sociais para pesquisa de mercado
  4. Redes sociais para a realização de ações/campanhas específicas de prospecção online
    - 4.1. O que é Social Selling?
    - 4.2. Passos para criar uma estratégia de Social Selling
    - 4.3. Prospecção comercial em Facebook
    - 4.4. Prospecção comercial em LinkedIn
    - 4.5. Prospecção comercial em Instagram
    - 4.6. Prospecção comercial em Twitter

### Unidade didática 3 - PREPARAÇÃO E PLANIFICAÇÃO DA VENDA ATRAVÉS DE MEIOS DIGITAIS

1. Segmentação de mercado
2. Análise de concorrência
3. Definição de objetivos
4. Estratégia de Marketing Digital
  - 4.1. Definição da estratégia de Marketing Digital em função das personas definidas
  - 4.2. Regras para redação de argumentos de venda e de scripts comerciais
  - 4.3. Materiais de comunicação e apresentação dos produtos em formato digital

### Unidade didática 4 - RECURSOS E FERRAMENTAS DE APOIO AO PLANEAMENTO DA VENDA ATRAVÉS DE MEIOS INTERATIVOS OU DIGITAIS

1. Tipos de ferramentas e recursos
  - 1.1. Database Marketing
  - 1.2. CRM – Customer Relationship Management
  - 1.3. Legislação e regulamentos sobre a proteção de dados e de privacidade
3. Ferramentas de monitorização e análise
  - 3.1. Ferramentas gratuitas e ferramentas pagas de web analytics

**CERTIFICAÇÃO:** Será atribuído um Certificado de Formação Profissional aos participantes que terminem o curso com aproveitamento.

**MAIS INFORMAÇÕES:** Sandra Rodrigues, 21 311 24 00 / [sandra.rodrigues@cecoa.pt](mailto:sandra.rodrigues@cecoa.pt)