



Curso: E-Mail Marketing

Duração: 12h

Área formativa: Marketing Digital

Sobre o curso

O E-mail Marketing é uma área de intervenção do Marketing Digital que permite de forma rápida, eficiente e eficaz, a promoção e venda de produtos ou serviços, assim como o relacionamento com o público-alvo de uma marca ou organização. Seguir as boas práticas é um fator de sucesso, mas pode não ser o suficiente para fazer sobressair as tuas campanhas de email, da quantidade de emails que o típico usuário recebe.

Este curso de e-mail marketing ensina como usar o email marketing de forma estratégica e diferenciadora, usando as melhores ferramentas e as melhores técnicas.

Este curso tem como objetivos:

Dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização do email marketing como ferramenta de relacionamento, promoção e venda de uma empresa/marca, a partir dos conhecimentos adquiridos na formação em e-mail marketing.

Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um badge digital para partilhares

com a tua rede profissional online.

Sabe mais sobre os badges digitais [aqui](#).

Destinatários

Profissionais e estudantes de marketing, publicidade, comunicação, branding, web design e design de comunicação. Gestores de conteúdos online.

Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet são necessários para participação no curso de e-mail marketing.

Metodologia

Formação Presencial ou Live Training (Formação Online Síncrona).

Programa

- Conceitos Gerais de E-mail Marketing
- Bases de Dados para E-mail Marketing
- Anatomia de uma mensagem de E-mail Marketing
- Plataformas de E-mail Marketing
- Métricas e Indicadores de Desempenho

- Conceitos Gerais de E-mail Marketing
 - Enquadramento do Email e as suas funções no universo digital
 - Principais características e plataformas para utilização do email
 - Conceitos Chave de Email Marketing
 - Conceitos base: opt-in, opt-out, soft bounce, hard bounce.
 - Modelos de envio de uma campanha de e-mail marketing.
 - Processo de campanha.
 - Recolha de dados: online.
 - Recolha de dados: presencial.
 - E-mail marketing VS SPAM
- Bases de Dados para E-mail Marketing
 - Importância da Base de Dados no e-mail marketing
 - Segmentação
 - Comportamento do utilizador.
 - Características do utilizador.
 - Metodologias e regras para a constituição de Base de Dados.
 - Questões legais relativas às Bases de Dados.
 - Tratamento de dados pessoais no e-mail marketing.
 - Legislação Portuguesa aplicada ao e-mail marketing.
 - CNPD e normas de registo de Bases de Dados.
- Anatomia de uma mensagem de E-mail Marketing
 - Os principais elementos que compõem uma mensagem de e-mail.
 - A importância do remetente e do assunto na mensagem.
 - Regras básicas para a criação do assunto.
 - Tipos de assunto.
 - Personalização do assunto.
 - Equilíbrio entre imagem e texto no conteúdo da mensagem.
 - Personalização no conteúdo da mensagem.
 - Testar o conteúdo da mensagem.
 - Técnicas de Copywriting para e-mail marketing.
 - Estrutura de Email.
 - Design de Email.
- Plataformas
 - Avaliação de Softwares para Email Marketing.
 - Email Marketing Analytics
 - Agendamento
 - Teste A/B em Email Marketing.
 - Análise de taxas de conversão.
 - Estratégias de Performance na Aquisição de Clientes
 - Email Marketing e a sua relação com uma Landing Page.
 - Custo de aquisição de um utilizador.

- Plataformas para envio de newsletter (Mailchimp).
- Workshop montar uma newsletter em email-marketing
- Métricas e Indicadores de Atividade
 - Ciclo de vida de uma campanha de e-mail marketing
 - Elaboração de relatórios e identificação de medidas estratégicas.