Curso: Marketing Data-Driven: Fundamentos

Duração: 30h
Área formativa: Cursos

Sobre o curso

Num mundo onde a tomada de decisão depende cada vez mais de dados, o marketing data-driven tornou-se essencial para garantir campanhas mais eficazes e resultados mensuráveis.

Este curso introdutório aborda os princípios fundamentais do marketing orientado por dados, desde os conceitos e métricas essenciais até à recolha, integração e modelagem de dados. Aprende a interpretar e visualizar informação para contar histórias impactantes e a utilizar modelos de atribuição e funis de conversão para otimizar estratégias.

Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa. Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Objectivos

Com o curso **Marketing Data-Driven: Fundamentos**, vais adquirir os conhecimentos e competências essenciais para implementar estratégias de marketing orientado por dados, desde a compreensão de conceitos e métricas fundamentais até à recolha, análise e apresentação eficaz de dados. Irás explorar os principais conceitos e métricas aplicadas ao marketing, dominar métodos de recolha, integração e análise de dados para otimizar campanhas, compreender estruturas de bases de dados e modelagem orientadas ao marketing e aprender a criar dashboards com ferramentas como Tableau ou PowerBI. Além disso, vais transformar dados em insights acionáveis através de técnicas de storytelling, tornando a comunicação mais impactante e eficaz.



Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um Certificado de Formação (acreditado pela DGERT) e um badge digital (da Credly) para partilhares com a tua rede profissional online. Sabe mais sobre os nossos badges digitais aqui.

Pré-requisitos

Para frequentares o curso **Marketing Data-Driven: Fundamentos**, deverás ter conhecimentos básicos de marketing e gestão. Familiaridade com ferramentas digitais e conceitos de métricas de marketing será uma vantagem, mas não obrigatório.

Destinatários

Esta formação destina-se a todos profissionais de marketing, gestores de produtos e empreendedores que desejam aprofundar o conhecimento em marketing orientado por dados para otimizar campanhas e tomadas de decisão.

Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa.
Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Programa

Introdução ao Marketing Orientado por Dados

- O que é a abordagem Data-Driven em Marketing?
- A evolução do marketing: de estratégias tradicionais à personalização com base em dados.
- O papel da inteligência artificial e do machine learning no Marketing Data-Driven.
- Como relacionar atividades de marketing com métricas-chave: a importância da mensurabilidade.
- Caraterísticas de uma estratégia de Marketing Data-Driven: foco em resultados, análise

contínua e otimização.
- Cultura Data-Driven:
- O que é e como implementá-la.
- Principais barreiras e estratégias para superá-las.
- Riscos e limitações do Marketing Data-Driven: enviesamentos nos dados, dependência excessiva de métricas e desafios relacionados com privacidade, relevância estatística.

Conceitos e Métricas Essenciais

- Métricas Financeiras e Operacionais; Métricas de Marketing Digital.
- Análise de Métricas Combinadas e como perceber correlações

Modelos de Atribuição e Funil de Conversão

- Modelos de atribuição: last click, first click, multicanal, assistida.
- Análise de funis: TOFU, MOFU, BOFU – Principais dimensões de análise.
- Identificação de gargalos e estratégias para otimizar funis de conversão

Recolha e Integração de Dados

- Introdução ao ETL (Extract, Transform, Load): Processos de extração, transformação e carregamento de dados.
- Ferramentas e plataformas de recolha de dados através de UI vs Integração (ex: Google Analytics,CRMs, Software de Faturação);
- Qualidade dos dados:
    - Como identificar dados irrelevantes ou imprecisos
    - Impacto de dados de má qualidade nas decisões de marketing.
- Como escolher os dados que importam recolher: alinhamento com objetivos estratégicos.

Bases de Dados e Modelagem de Dados

- Estruturas de bases de dados relacionais (SQL) e não relacionais (NoSQL);
- Modelagem de dados para Marketing: star schema e snowflake schema.
- Integração de dados entre plataformas: introdução ao conceito de Customer Data Platform (CDP).

Visualização e Storytelling com dados

- Elementos essenciais de dashboards para marketing.
- Criação de dashboards com PowerBI
- Storytelling com dados:
- Transformar dados em insights acionáveis.
- Frameworks de storytelling: What? So What? Now What?
- Boas práticas e erros a evitar.
- Exercício Prático.