

## Email Marketing

As pesquisas provam a eficácia do E-mail Marketing. Custos baixos, taxas de conversão elevadas e relatórios em tempo real são razões que fazem deste formato uma das componentes essenciais de qualquer estratégia de Marketing Digital.

Mas, implementar uma campanha de email marketing não consiste apenas em criar uma mensagem e enviá-la através de uma conta de email. Se por um lado, temos consumidores cada vez mais bem informados e com níveis de expectativas mais elevados, por outro, existem tecnologias que filtram de modo eficiente as mensagens recebidas, legislação que tem que ser cumprida, etc.



**Duração: 12 Horas**

### Objectivos Gerais

Dotar os formandos dos conhecimentos teóricos e competências técnicas necessários para Planificar, Criar e Implementar Campanhas eficazes de e-Mail Marketing.

### Objectivos Específicos

No final do curso os formandos serão capazes de:

- Utilizar o eMail como Ferramenta de Fidelização e Angariação de Clientes.
- Integrar todas as Formas de Comunicação, adaptando-as aos Receptores da Informação.
- Escolher e Segmentar as Bases de Dados, de modo a criar Listas Qualificadas e Eficazes.
- Conhecer as Implicações Jurídicas no contexto actual.
- Diferenciar os eMails de Captação de Clientes dos de Fidelização de Clientes.
- Medir a Eficácia das Campanhas de Marketing.

### Destinatários/Pré-Requisitos

Este curso é essencial a Directores de Marketing, Directores de Publicidade, Directores Comerciais, Responsáveis de Internet, Key Account Managers e Product Managers, Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design. Gestores de conteúdos online.

### Conteúdos Programáticos

#### Módulo 1 - Campanhas de e-Mail Marketing.

- Planeamento. Constituição de Bases de Dados. Regras de Boa conduta. Permission Marketing. e-Newsletters. Métricas aplicáveis.
- 
- 

#### Módulo 2 - O Impacto da Web 2.0.

- Marketing Viral. As Comunidades Virtuais. Análise de Casos de Sucesso.

#### Módulo 3 - Comunicação Comercial por Via Electrónica.

- Como define a Lei Portuguesa o conceito de Comunicação Comercial não solicitada. Requisitos Legais para o envio a Profissionais e a Particulares deste Tipo de Comunicação. O Spam na Legislação Portuguesa e Comunitária. Os Limites Legais ao envio de Comunicações Comerciais.

#### Módulo 4 - Dados Pessoais.

- As Condições de Tratamento de Dados Pessoais no e-Mail Marketing. Que Bases de

Dados devem estar registadas na CNPD e quais as Normas de Registo.

#### Módulo 5 - Propriedade e Direito de Uso de Bases de Dados.

- O Uso de Bases de Dados Próprias. A Aquisição de Bases de Dados.

#### Módulo 6 - A Responsabilidade dos Internet Service Providers.

#### Módulo 7 - Campanha de e-Mail Marketing.

- Bases de Dados. Regras básicas de Envio de e-Mail. Equilíbrio entre imagens e texto, Personalização da mensagem, Testes à mensagem.

#### Módulo 8 - Análise de uma Campanha de e-Mail Marketing.

- Análise Anterior e Posterior ao envio.

#### Módulo 9 - Follow-ups: uma Vantagem para quem utiliza uma Ferramenta de e-Mail Marketing.

**Módulo 10 - Comparação entre o e-Mail Marketing e outras Formas de Marketing Online.**

**Módulo 11 - Caso Prático.**

- Análise detalhada de um Caso Real de e-Mail Marketing.
-