

Gestão estratégica de marketing

01 MARKETING ESTRATÉGICO

- Compreendendo as novas nuances do marketing na era digital
- Entendendo o Marketing Programático
- Definindo Marketing baseado em dados
- Descobrindo o Mindset Digital
- Desvendando Ferramentas on-demand
- Identificando oportunidades com Big Data
- Conhecendo ferramentas das múltiplas plataformas
- Planejando ações eficientes em marketing digital

04 CUSTOMER SUCCESS

- Definindo o sucesso do cliente
- Formando um time de sucesso
- Implementando a cultura Customer Success
- Entregando o primeiro valor com Onboarding
- Acompanhando o cliente com Ongoing
- Garantindo o Upsell e Cross-sell
- Reduzindo a taxa de evasão de seus clientes
- Fidelizando os seus clientes com Customer Success

07 BUSINESS INTELLIGENCE

- Definindo Business Intelligence
- Compreendendo Web Analytics e Big Data
- Conceituando métricas, metas e KPIs
- Construindo metodologias e análises de BI
- Desenvolvendo e otimizando relatórios e análises pontuais
- Construindo estratégias digitais eficazes
- Criando vantagem competitiva através das ferramentas BI
- Identificando oportunidades B2B – Big Data nas organizações e como instrumento gerencial

02 PREVISÃO DE DEMANDA E S&OP

- Compreendendo os fundamentos de S&OP
- Caracterizando o processo de Planejamento de Vendas e Operação
- Estruturando o planejamento de vendas e operações
- Implementando o processo de S&OP
- Construindo métricas de S&OP e entendendo a maturidade do processo
- Integrando o desenvolvimento do produto no processo
- Compreendendo os fundamentos de gestão de demanda
- Entendendo as técnicas de gestão de demanda

05 DESIGN THINKING

- Conceituando a cultura da inovação
- Refletindo desconstrução e reconstrução de paradigmas
- Entendendo problemas e refletindo sobre o erro no processo criativo H
- Compreendendo as principais ferramentas no DT
- Criando protótipos para validação
- Desenvolvendo funcionalidade e valor agregado através do MVP
- Entendendo a inovação como diferencial competitivo H
- Compreendendo o design thinking no marketing contemporâneo

08 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

- Conceituando a transformação de dados em inteligência
- Compreendendo a gestão do conhecimento
- Identificando e definindo problemas
- Desenvolvendo etapas de um programa de inteligência
- Compreendendo metodologias utilizadas na inteligência
- Analisando tendências de mercado para IC
- Planejando estratégias através da IC e fontes de informação
- Construindo tomadas de decisões eficazes

03 COMPORTAMENTO DE CONSUMO FRENTE AO MARKETING CONTEMPORÂNEO

- Compreendendo Gestão de Mudanças
- Definindo Múltiplos Perfis do Consumidor
- Compreendendo a Neurociência do Consumo
- Compreendendo a Nova Importância do Customer Experience
- Desenvolvendo Ações ZMO
- Identificando Tendências de Comportamento e Consumo
- Aplicando estratégias no relacionamento B2C
- Compreendendo as Decisões do Consumidor na Era Digital

06 BRANDING

- Identificando os tipos e níveis de produto
- Compreendendo branding equity: criando valor em ambiente de incertezas
- Entendendo a estratégia e arquitetura de marcas e sua relação com o comportamento do consumidor
- Compreendendo as ferramentas do branding
- Construindo uma marca consistente: Entendendo o planejamento
- Construindo uma marca consistente: Ferramentas de desenvolvimento
- Qualificando branding como instrumento de gestão
- Diagnosticando marcas e sugerindo melhorias na Era Digital