



MARKETING METRICS

People Value

DURAÇÃO:

14 Horas

DIRIGIDO A:

Diretores de Marketing, Técnicos de Marketing, Gestores de Clientes e de Mercados, Gestores de Produtos e Marcas

OBJETIVO GERAL:

- Saber implementar análises de performance e rentabilidade de Marketing

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conhecer e aplicar os modernos instrumentos de avaliação da Performance em Marketing
- Implementar sistemas de controlo de Marketing e Desenvolver análises de rentabilidade
- Avaliar o desempenho dos elementos de Marketing-Mix, numa perspetiva de eficácia e eficiência
- Analisar os principais componentes e as etapas de uma Auditoria de Marketing
- Identificar e aplicar sistemas de Informação e Pesquisa com impacto na decisão de Marketing
- Reconhecer a importância dos indicadores de performance de Marketing quantitativos e qualitativos para satisfação e lealdade do cliente

PROGRAMA

1. A importância das medidas de Performance em Marketing

- . Marketing Tradicional e Novo Marketing

2. Métricas

- . O que são?
- . O que permitem
- . Características

3. A performance e o Controlo em Marketing

- . Medidas de Performance
- . Os 4 passos no controlo
- . Avaliação qualitativa e quantitativa



4. Auditoria em Marketing

- . O que é?
- . Tipos
- . Etapas e Componentes
- . Auditoria aos 4 P's

5. A satisfação e lealdade do Cliente

- . Valor do cliente
- . Relacionamento
- . Foco no cliente

6. A informação em Marketing

- . Sistemas de informação em Marketing
- . Componentes

7. Decisão em Marketing

- . Sistemas de pesquisa para a decisão
- . Sistemas de decisão
- . Níveis e tipos de decisão

8. Contabilidade de custos

- . Custo padrão
- . Centros de custo
- . Custeio ABC
- . GECON
- . Princípios de custeio

9. Marketing – Mix e Indicadores de Performance

- . Qualitativos e Quantitativos

VALOR: 495€

Ao valor apresentado acresce a taxa de IVA legal em vigor