



CBM VET

Maritime Vocational Education and Training



**Co-funded by
the European Union**

Marketing Digital

Introdução ao Marketing Digital

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Objetivos

Específicos

- ▶ Criar uma campanha de marketing digital;
- ▶ Utilizar os meios digitais disponíveis para a venda de produtos, serviços e ideias;
- ▶ Criar e analisar campanhas de e-mail marketing e publicidade online.
- ▶ Criar conteúdo para o meio digital alinhados com as necessidades do público-alvo.



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training



Co-funded by
the European Union



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

Conteúdos Programáticos

- ▶ **Introdução ao Marketing Digital e E-mail Marketing**
 - ▶ 1.1 Impacto dos meios digitais no Marketing Mix - Conceitos básicos.
 - ▶ 1.2. A Comunicação Digital – Usabilidade - Permission marketing - Marketing viral.
 - ▶ 1.3. Métricas do Marketing Digital;
- ▶ **E-mail Marketing**
 - ▶ 2.1 -E-mail: Compreender o suporte para melhor o utilizar
 - ▶ 2.2 - Marketing de Permissão: O princípio base de qualquer estratégia de E-mail marketing;
 - ▶ 2.3 - Base de Dados: Construção e Problemáticas Legais em Portugal
 - ▶ 2.4 - Criação de uma campanha de E-Mail marketing;
 - ▶ 2.5 -Análise de uma Campanha de E-Mail Marketing;
 - ▶ 2.6 - Software de apoio ao E-Mail Marketing.



**Co-funded by
the European Union**



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

A história da Internet

Três momentos históricos

- Anos 60 – ARPANET
- 1985 – NSFNET
- 1993 – WWW



Co-funded by
the European Union

Antes da Internet



Comunicação para as massas

Rádio | TV | Imprensa Escrita



Co-funded by
the European Union

Antes da Internet



“Observadores passivos”



Co-funded by
the European Union

Antes da Internet



Milhões de consumidores



Co-funded by
the European Union

Antes da Internet



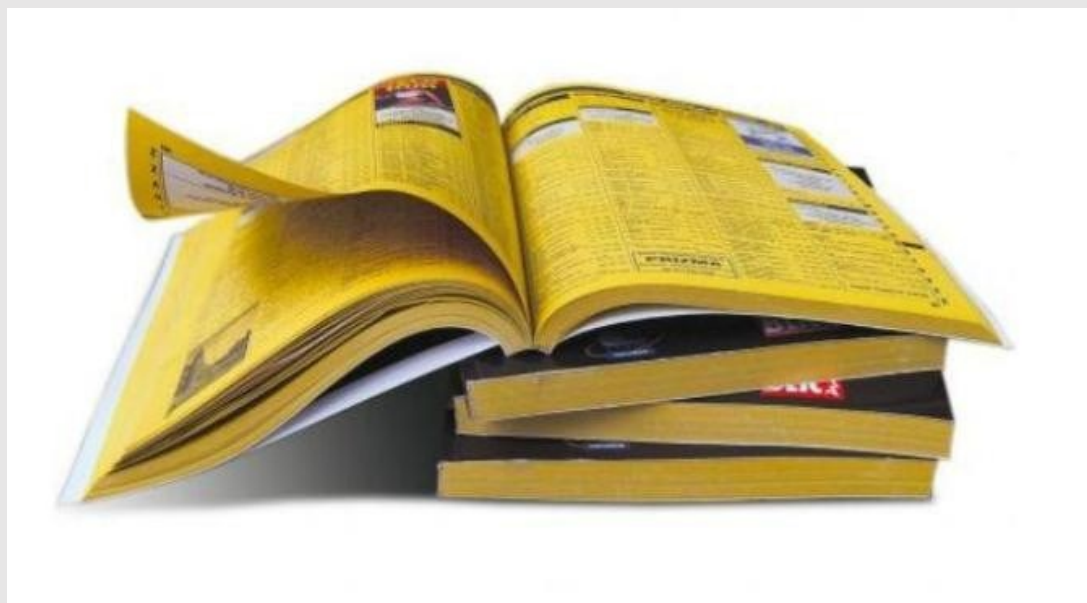
Spot de 60 segundos: 85.266€
"TVI em horário nobre"



Co-funded by
the European Union

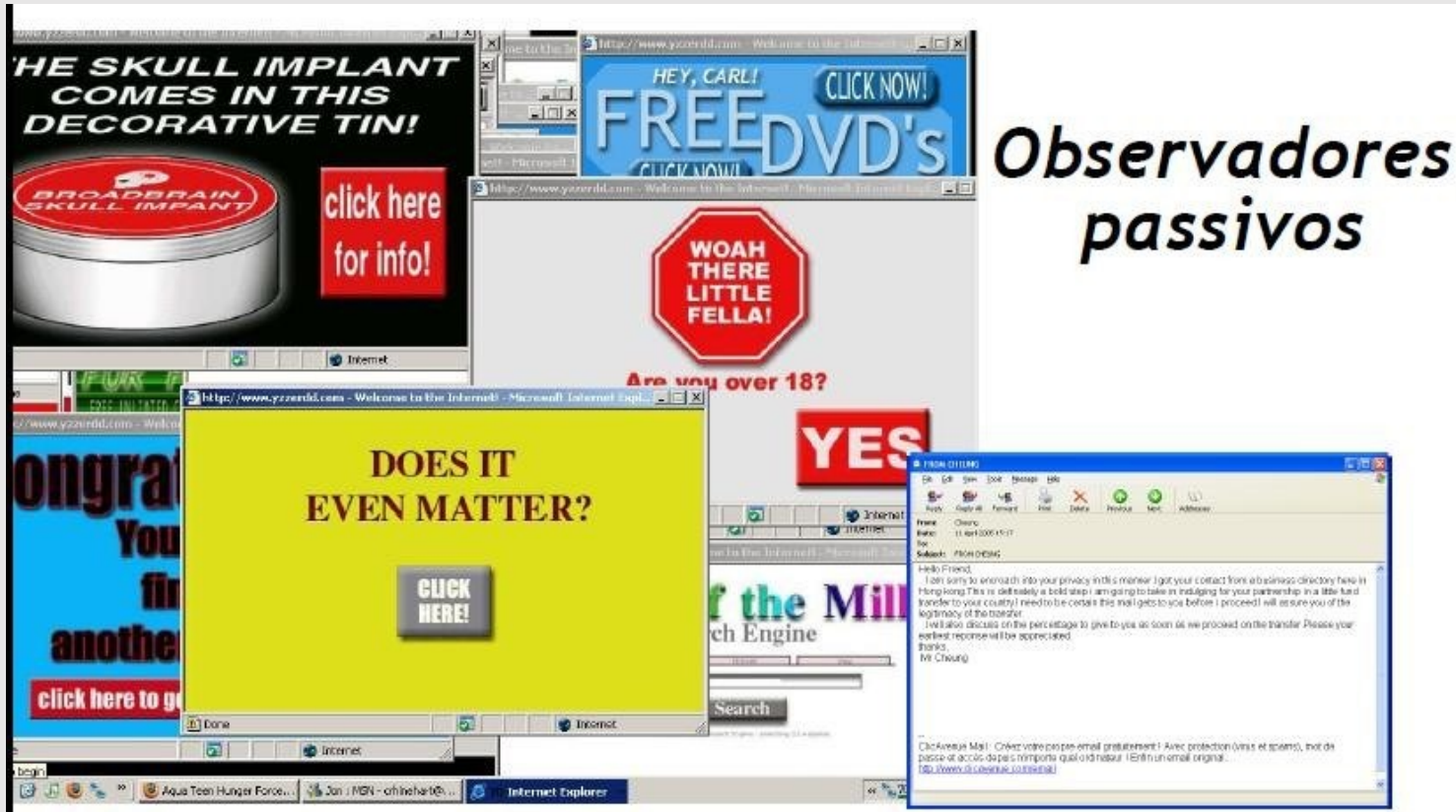
Antes da Internet

“Uma empresa que não está nas páginas amarelas, não existe!”

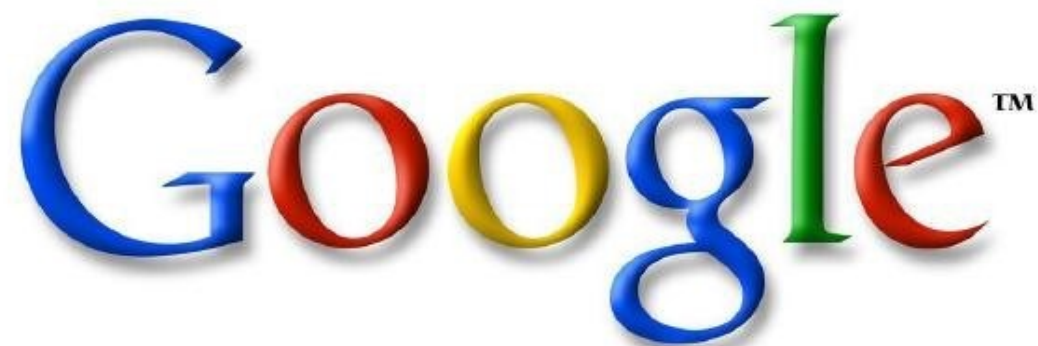


Co-funded by
the European Union

Com a internet...



Com a Internet...



***“Uma empresa que não esteja no
Google provavelmente não
existe!”***



Co-funded by
the European Union

Depois da Internet...



- ◆ **WEB**
Motores de busca | Anúncios web
- ◆ **E-MAIL**
- ◆ **RP 2.0**
Relações Públicas na Internet (redes sociais)
- ◆ **MOBILE/SMS/MMS**
- ◆ **FAX**
- ◆ **VOZ AUTOMATIZADA**



Co-funded by
the European Union

Lembram-se?



d by
ean Union



SEMPRE PRESENTE



16



Co-funded by
the European Union

E-Markets

B2C – Business to Consumer



B2B – Business to Business



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training



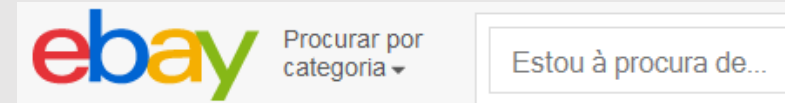
Co-funded by
the European Union

E-markets



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

C2C – Consumer to consumer



B2G – Business to Government



G2C – Government to Consumer



Co-funded by
the European Union

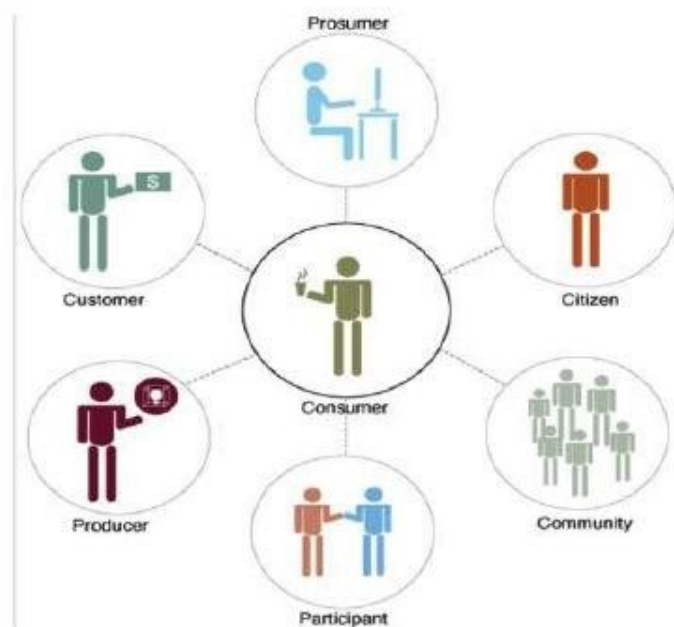
Definição

*Marketing Digital é uma **função organizacional** . É o conjunto de **processos** que envolvem a criação, a comunicação e a **entrega de valor para os clientes**, bem como a **administração do relacionamento** com eles, de modo que beneficie a organização e o seu público interessado, **utilizando os meios digitais***



O novo consumidor

- Produtor
- Comprador
- Consumidor
- Autor
- Líder de opinião
- Membro de comunidades
- Cidadão



O novo consumidor

- Exigente
- Informado
- Intolerante
- Social
- Partilha
- Não tolera “fakes”
- Diz o que pensa



Processo de compra



O consumidor social

Golpe de Estado em Portugal... no Twitter

Tudo não passou de um gigantesco **rumor** que terá nascido em **Espanha** e rapidamente foi assumido como verdadeiro.

10:13 Terça feira, 3 de abril de 2012

 Share 10.3K

 Tweet 1186

 +1 10

 Like 2k

 26 comentários











"Portugal em guerra devido a um golpe de Estado". Quem não tem conta no Twitter não terá notado nada, mas ontem à noite Portugal esteve... em guerra.

Milhares de *tweets* colocados *online* com a *hashtag* [#PrayForPortugal](#) foram ontem à noite um dos temas mundiais mais comentados no Twitter. Tudo não passou de uma brincadeira que ganhou contornos impressionantes. O rumor terá nascido em Espanha e teria sido tomado como certo por alguns *media* internacionais, como o "El País" e a agência AP, mas, afinal, as imagens não passavam de montagens.

Ao que tudo indica, terá sido um utilizador em Espanha, [@FacuDiazT](#), a começar o rumor, com imagens de supostos *tweets* da AP e do "El País", que entretanto teriam sido apagados por "censura", de acordo com a mesma conta.



Co-funded by
the European Union

Perfil social

perfil tecnográfico social	Perfil	Actividades
	Criadores	Criadores páginas e sites; Publicam artigos; Criadores de vídeos e musicas;
	Críticos	Ratings e publicar conteúdos; Comentar: Escrever: Editar WIKIs
	Coleccionadores	Subscrever Feeds; Adicionar "tags"; Classificar
	Participantes	Mantém perfil site e redes sociais; Registos em sites
	Espectadores	Ler blogues; Assistir a vídeos; Ouvir podcasts; Ler fóruns e comentários
	Inactivos	Nenhuma actividade online



Perfil social



Integração do marketing digital

Estratégias de Marketing	Estratégias de Marketing Digital	Acções operacionais
Comunicação corporativa Relações públicas	Marketing de conteúdo	Gestão de conteúdos Motores de busca
Marketing Relacional	Marketing de Social Media	Acções redes Sociais Acções blogues
Marketing Directo	E-mail Marketing	<i>Newsletter</i> Promoções Lançamentos
Publicidade Marketing de Guerrilha	Marketing Viral	Publicações de vídeos Animações musicais <i>Widgets</i>
Publicidade Branding	Publicidade online	Banners <i>Podcast e videocast</i> <i>Widgets</i> Jogos online
Pesquisa de Mercado	Pesquisa online	<i>Clipping</i> e pesquisa Monitorização da Marca Monitorização dos media



Co-funded by
the European Union

Objetivos de marketing digital

27



Co-funded by
the European Union

Objectivos de Marketing Digital

Objectivos

- **Específico:** Definir em detalhe o objectivo;
- **Mensurável:** Tem que ser quantificável;
- **Atingível:** Seja honesto consigo mesmo;
- **Realista:** É bom que seja exequível e real.
- **Temporizáveis:** Quando é suposto atingir?



Objectivos de marketing versus objectivos marketing digital

Objectivo de Marketing	Objectivo de Marketing Digital
Aumentar as vendas em 20%	Impacto do E-commerce nas vendas = 5%
Aumentar o número de clientes em 30%	Aumentar tráfego do site em 50%



Os 4 P's do Marketing

30

Perspectiva empresa	Perspectiva cliente
Produto (Product)	Necessidades e desejos do consumidor (Consumer wants and needs)
Preço (Price)	Custo (cost)
Comunicação (Promotion)	Comunicação (communication)
Distribuição (Place)	Conveniência (convenience)

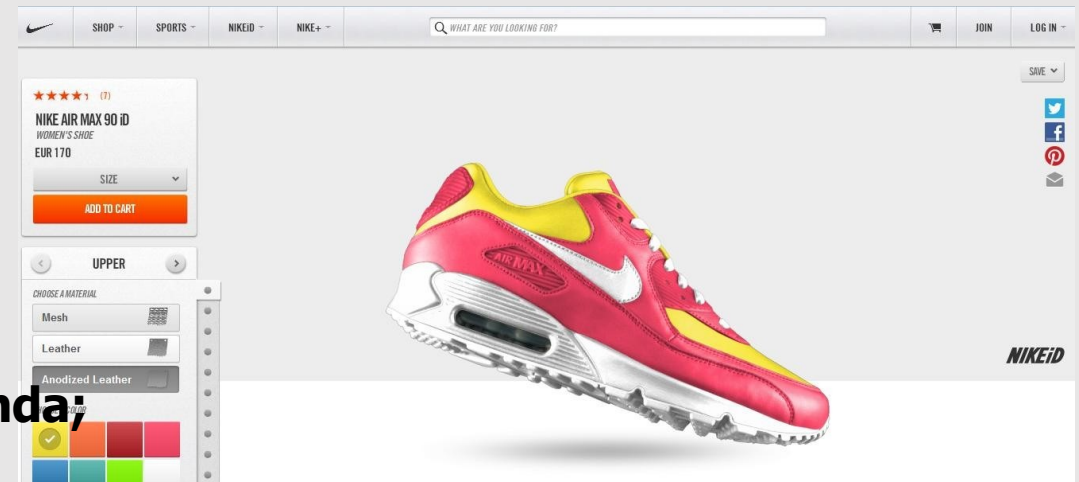


Co-funded by
the European Union



Produto

- **Individualização;**
- **Personalização;**
- **Novas formas de apresentação;**
- **Novos paradigmas do serviços pós-venda;**
- **Atendimento personalizado**





Preço

- **Comparação em tempo real;**
- **Alterações e adaptações em tempo real;**
- **Formato leilão**

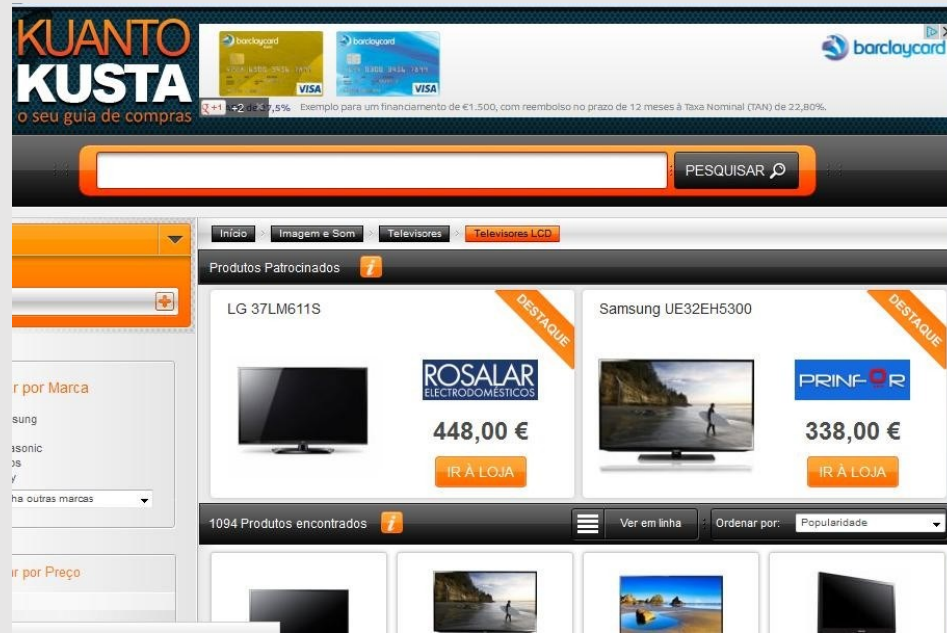
Custos

Concorrência

Procura

Posicionamento

Segmentação



Estratégias de preço

- Preço Impar – Arredondamento (1,99€)
- Preço promocional – Redução temporária do preço
- Preço “isca” – Atrair clientes para o ponto de venda
- Preço de volume – Pack’s, Cabazes..
- Preço Sazonal – Redução por período do ano
- Preço segmentado – Preços diferentes para segmentos diferentes
- Preço para liderança – Menor preço do mercado
- Preço dinâmico – Personalização do preço por cliente

The screenshot shows the Bertrand Livros website interface. At the top, there's a search bar and a shopping cart icon indicating 0 items for €0.00. The main navigation bar includes categories like LIVROS, EBOOKS, and ENSINO. The breadcrumb trail reads: Início > Livros > Livros em Português > Literatura > Romance > Retrato de Família. The product page for 'Retrato de Família' by Jojo Moyes is displayed, showing the book cover, edition details (2011, 416 pages), and the price. The original price is €16.60, and the current price is €10.13, marked as a 24h promotion. A 'COMPRAR' button is visible. To the right, there's a section for 'Do mesmo autor' featuring other books like 'The Girl You Left Behind' and 'A Última Carta de Amor'. At the bottom, there's a note about delivery time and social media links.



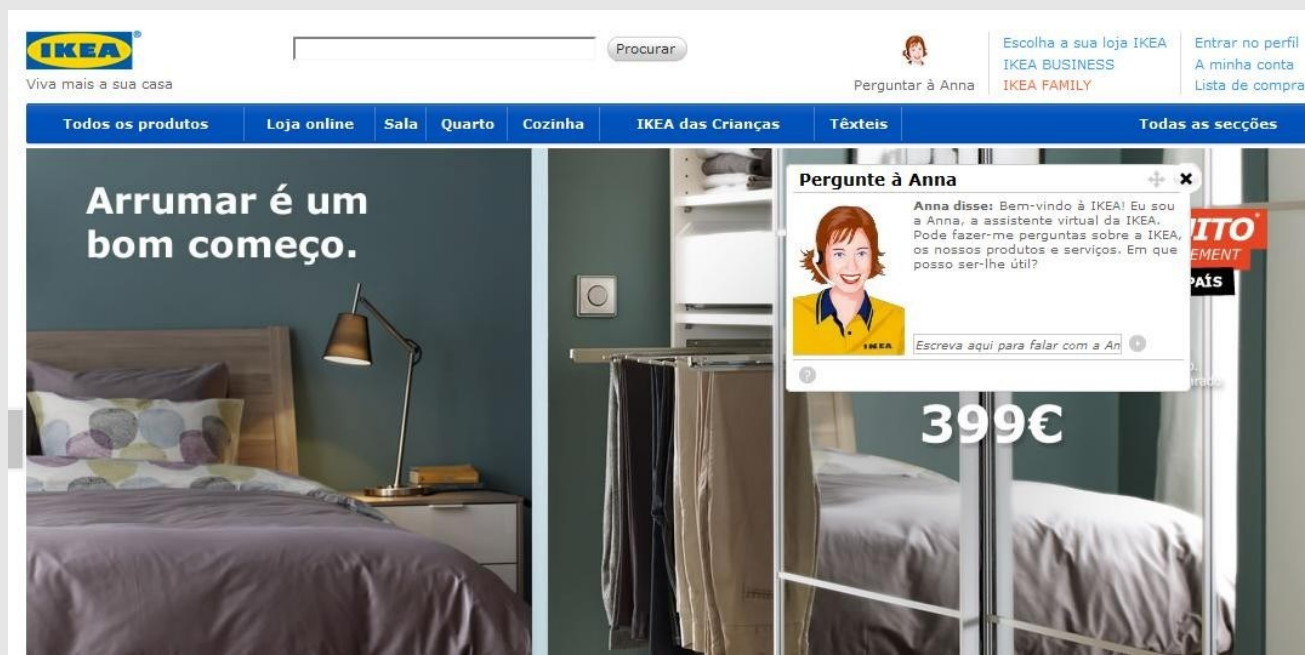
Co-funded by
the European Union



Distribuição

- **Redução do número de intermediários;**
- **Conveniência**
- **Venda directa (B2B e B2C)**

Na internet temos de estar disponíveis 24h/dia,
7 dias/semana, 365(6) dias(ano)



Co-funded by
the European Union



- **Mercado de massas vs mercado de nichos;**
- **Comunicação one to one**
- **Marketing de permissão**
- **Entretenimento e lazer;**



8 P's Marketing Digital

36



1 – Pesquisa

2 – Planeamento

3- Produção

4 – Publicação

5 – Promoção

6 – Propagação

7 – Personalização

8 - Precisão



**Co-funded by
the European Union**

1-Pesquisa

37

Quem é o público alvo da empresa?

Qual é a distribuição geográfica dessas pessoas?

Qual a percentagem desse público que utiliza a web?

Quais ferramentas essas pessoas usam no seu dia-a-dia?
Google, redes sociais, email?

Os seus concorrentes realizam ações de marketing digital? O que eles fazem na web?

Qual o cenário do segmento na web hoje? E a previsão para os próximos meses?



Co-funded by
the European Union

2-Planeamento

38

Nesta etapa com os dados obtidos na pesquisa, realizaremos o planeamento de marketing digital envolvendo os seguintes pontos:

- Posicionamento de marca, baseado no planeamento estratégico da empresa;
- Escolha das ferramentas que serão utilizadas;
- Cálculo do orçamento necessário para aplicação na campanha;
- Definição das métricas de monitorização para medição de resultados (métricas reais personalizadas, e não dados genéricos que nada influenciam no crescimento da empresa).



3-Produção

39



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

Criação de ferramentas para:

- Desenvolvimento de site e do blog;
- Criação de contas em redes sociais e ferramentas de links patrocinados;
- Customização de redes sociais e adequação de layout;
- Criação de jogos e aplicativos sociais e móveis;
- Configuração do servidor de email marketing e customização do template das newsletters;
- Configuração das ferramentas de monitorização;

PRODUÇÃO

d by
ean Union

4- Publicação

40

A fase de publicação é simples, consiste em tornar público as ferramentas constituídas na fase de produção:

- Tornar o site público;
- Começar a campanha de links patrocinados;
- Abertura dos canais construídos nas redes sociais;
- Utilizar as ferramentas de monitorização;



5-Promoção

41

Consiste em criar ações que movimentem a marca no boca a boca das pessoas nas redes sociais.

As promoções podem envolver:

- Sorteios;
- Concursos culturais;
- Gameificação;
- Jogos sociais;
- Outras inúmeras ideias.

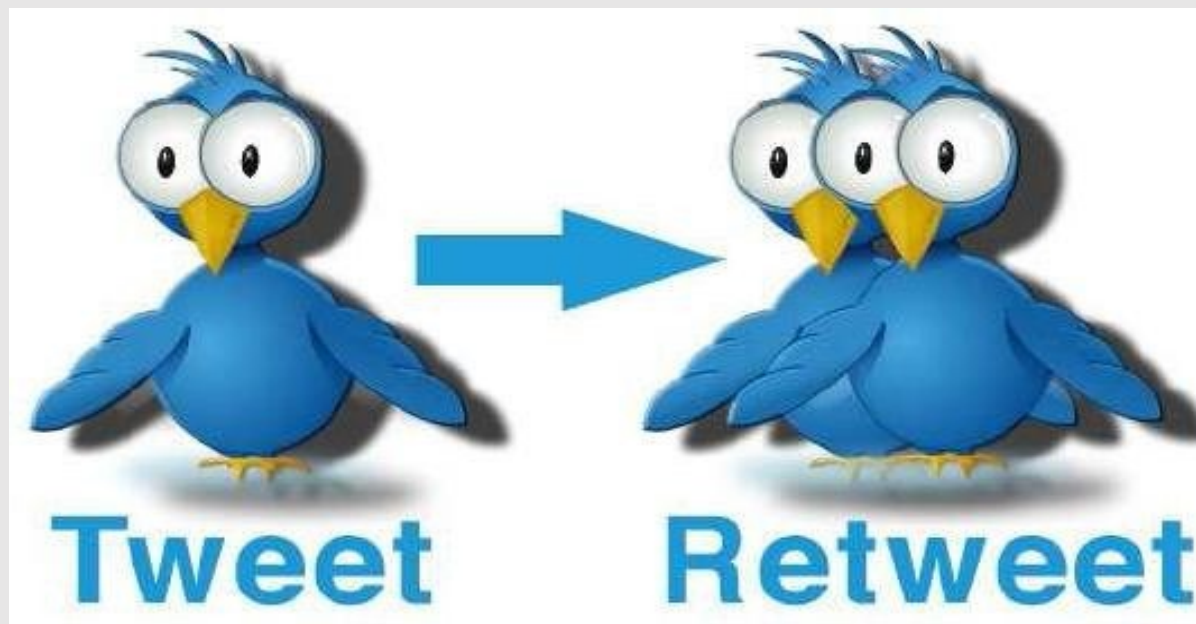
Passatempos a decorrer	Passatempos terminados
<p>Antestreia Exclusiva Fnac: O SENTIDO DO AMOR</p> <p>A Fnac dá-te a oportunidade de assistir aos melhores filmes independentes, em antestreias exclusivas! Ganha convites para assistir ao filme O SENTIDO DO AMOR.</p> <p>Participar</p>	<p>Surface Pro</p> <p>Os vencedores serão anunciados brevemente. Fica atento.</p> <p>Samsung GALAXY Note3</p> <p>Os vencedores serão anunciados brevemente. Fica atento.</p>
<p>Antestreia Exclusiva Fnac: OS FILHOS DA MEIA NOITE</p> <p>A Fnac dá-te a oportunidade de assistir aos melhores filmes independentes, em antestreias exclusivas! Ganha convites para assistir ao filme OS FILHOS DA MEIA NOITE.</p> <p>Participar</p>	<p>Antestreia Exclusiva Fnac: REINO ANIMAL</p> <p>Ver vencedores</p> <p>Antestreias Exclusivas Fnac</p> <p>Ver vencedores</p>

6-Propagação

42



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training



Peer-to-peer



Co-funded by
the European Union

7- Personalização



IBM VET
Vocational Education and Training

A fase de personalização, consiste na adequação das estratégias realizadas afim de promover relacionamentos com os clientes e a melhoria do retorno sobre o investimento. O resultado esperado é:

- Crescimento no índice de relações
- Melhoria do retorno sobre o investimento;
- Ações personalizadas para grupos de nicho de clientes;
- Realocação da verba para os canais que realizam melhores resultado;
- Criação de estratégias de fidelização;



Co-funded by
the European Union



8- Precisão

A fase de precisão é também conhecida como **monitorização**. Esta fase é constante e durante todo o processo é o que nos guia na procura do objetivo final, que é o crescimento da empresa;

A fase de precisão implica:

- Analise qualitativa e quantitativa dos números obtidos;
- Retorno sobre o investimento total e segmentado por canal;
- Índices de relacionamento com os clientes;
- Relatório comparativo entre os períodos analisados.
- Criação de métricas e fórmulas estatísticas personalizadas



Mandamentos do Marketing Digital

45



- ✓ Não farás SPAM
- ✓ Não copiarás a base de dados alheia
- ✓ Não venderás a tua Base de dados
- ✓ Não enviarás mensagens sem a autorização do destinatário
- ✓ Não enviarás mensagens sem relevância
- ✓ Não te desviarás do opt-in



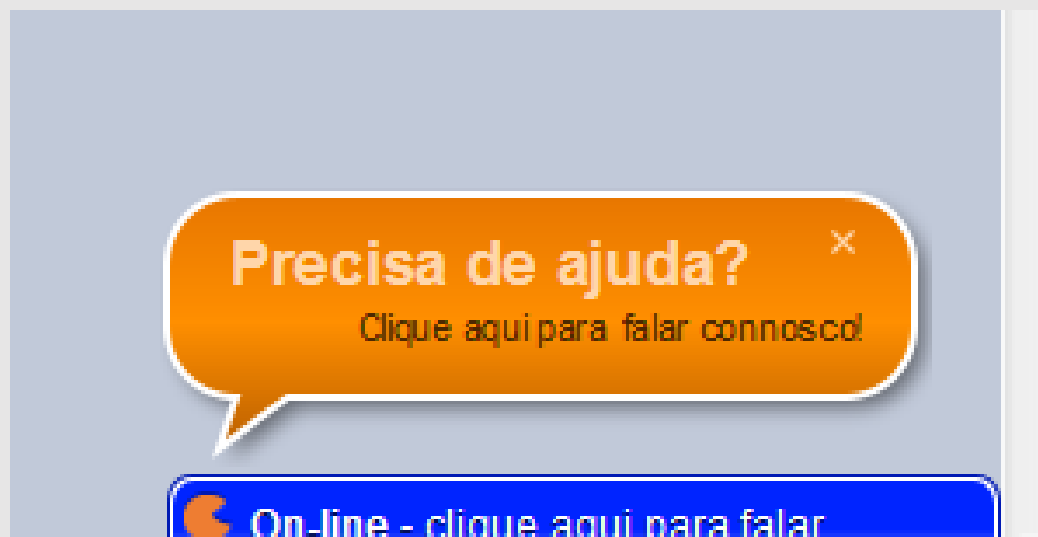
**Co-funded by
the European Union**

Diferenciação

- USP – Unique Selling Proposition
- Logótipo
- Missão
- Domínio memorável
- Clareza na escrita
- Design leve e agradável
- Utilização da fotografia/video
- Contactos – VOIP
- Testemunhos



Comunicação interativa



Marketing viral



Co-funded by
the European Union

Factores de sucesso



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- **Criar um ambiente consumidor – consumidor**
- **Facilitar o reenvio**
- **Explorar motivações**
- **Utilizar comunidades existentes**
- **Humor como triunfo**



Co-funded by
the European Union



Criar ambiente consumidor - consumidor



Co-funded by
the European Union

Facilitar o reenvio


NATURE LOVES ARCHITECTURE

 Adicionar ao catálogo  Pedir Orçamento







Compre online
e tenha um desconto até **10%**

Dimensão	Preço	Stock
60 x 60 cm	?	?
40 x 40 cm	?	?
30 x 30 cm	?	?
150 x 100 cm	?	?
150 x 50 cm	?	?
90 x 45 cm	?	?

Registe-se ou faça login para comprar



Partilhar

 2  Partilhar  Share 0   Share  Tweetar

LUSITANA DOURO
NS2

Propriedades Físicas e Mecânicas








Resistência Mecânica à Compressão: 83.0 Mpa
Resistência Mecânica após T.G.: 87.0 Mpa
Resistência à flexão: 10.8 Mpa
Peso Volumétrico: 2280 Hg/m³
Absorção de água: 3,4%
Porosidade: 7,7%
Coeficiente de Dilatação Linear Térmica: 3.410⁻⁶

Aplicação

Espaços decorativos, Fachadas, Pavimentos, Revestimentos

Tipo

Limestone





unded by
the European Union

Explorar motivações



Login | Inscrever-se

PROCURAR OK

 Os tratamentos e produtos Vichy

 Toda a informação sobre a pele

 Diagnóstico e acompanhamento pessoal

 As suas vantagens

SEMANA
29.06 a 06.07

25% Desconto*
no 1º produto

50% Desconto*
no 2º produto

75% Desconto*
no 3º produto**



 SIGA-NOS NO FACEBOOK

***VÁLIDO PARA TODA A MARCA VICHY**
EXCETO STICKS, DESODORIZANTES, ESSENTIELLES E PROMOÇÕES.
**O 3º PRODUTO TERÁ DE SER DE VALOR IGUAL OU INFERIOR AOS DOIS PRODUTOS ANTERIORES.
LIMITADO AO STOCK DE CARTÕES EXISTENTE POR FARMÁCIA E PARAFARMÁCIA ADERENTES.

[Notícias](#)

[A sua solução Vichy](#)

[A sua caderneta da pele](#)

[Vichy Ad](#)



Co-funded by
the European Union

Explorar comunidades existentes

The screenshot shows the Facebook interface for a group named 'Comercio Eletronico Portugal'. At the top, there is a search bar with the text 'Pesquisa pessoas, locais e coisas' and a user profile for 'Sara Santos' with a 'Página Inicial' dropdown menu. Below the header is a row of eight profile pictures of group members. The group name 'Comercio Eletronico Portugal' is displayed with a lock icon, followed by tabs for 'Sobre', 'Eventos', 'Fotos', and 'Ficheiros'. To the right of these tabs are icons for 'Notificações', a gear icon, and a search icon. The main content area features a post by 'Tiago Fernando' with a profile picture and a text post asking for information about e-commerce in Portugal. Below the post, there is a comment from 'Miguel Costa' and a link to view all comments. To the right of the post, there is a section for 'Patrocinado' (Sponsored) with two ads: 'Soluções Poupança Jovem' from 'cgd.pt' and 'www.realeyz.tv'.

Pesquisa pessoas, locais e coisas

Sara Santos | Página Inicial

Comercio Eletronico Portugal

Sobre | Eventos | Fotos | Ficheiros

Notificações

Escrever publicação | Adicionar foto / video | Pergunta | Carregar ficheiro

Escreve alguma coisa...

36 membros · Chat

+ Adicionar amigos ao grupo

Patrocinado

Cria um anúncio

Soluções Poupança Jovem

cgd.pt

Já conheces o Cifrão, o Embaixador da Poupança da Caixa? Descobre aqui a nova música.

www.realeyz.tv

Instant online access to cool film selection. Rent, buy, subscribe - works on all devices

Tiago Fernando

Caros colegas onde posso obter mais informações sobre o comercio eletrônico em Portugal? Sou gerente de ecommerce no Brasil no país que resido a mais de 6 anos e com o intuito de um dia voltar a morar na Europa gostaria de me manter informado sobre o mercado.

Gosto · Comentar · Seguir publicação · Quarta-feira às 17:46

Miguel Costa gosta disto.

Ver todos os 6 comentários

Tiago Fernando hoje no brasil temos empresas como a EBIT entre outras que facilitam a vida dos empreendedores ou gerentes de ecommerce, eles realizam diversas atividades onde analisam a



Co-funded by
the European Union

Humor como trunfo



Co-funded by
the European Union

A era da resistência e controlo do consumidor chegou



- 60% dos consumidores têm uma imagem bastante mais negativa do Marketing e da Publicidade do que há poucos anos atrás.
- 61% dizem que o Marketing e a Publicidade estão fora de controlo...



Co-funded by
the European Union

Real Time integrará sempre o consumidor no processo

ECONOMICO.PT À FRENTE DO JORNAL DE NEGÓCIOS, EXPRESSO E RTP

«Com a introdução do Real Time, crescemos mais de 30%»

Entidades Web auditadas	Visitas	Ord	Gráfico	Pageviews	Ord	Gráfico	PV/Visita
Sapo (Home Page e Serviços)	38.525.340	01		186.279.027	01		4,84
A Bola	24.133.565	02		142.681.972	02		5,91
Record	19.242.694	03		131.790.871	03		6,85
TVI	12.077.802	04		80.976.053	04		6,70
Sapo Blogs	10.905.113	05		23.209.706	12		2,13
Público	9.352.734	06		43.717.491	06		4,67
Correio da Manhã	8.512.090	07		56.922.780	05		6,69
JN	6.651.587	08		29.107.275	11		4,38
Económico	6.041.534	09		15.815.308	23		2,62
Jornal de Negócios	5.889.356	10		18.073.785	17		3,07
Expresso	5.885.865	11		40.379.259	07		6,86
RTP	5.321.394	12		14.641.763	24		2,75



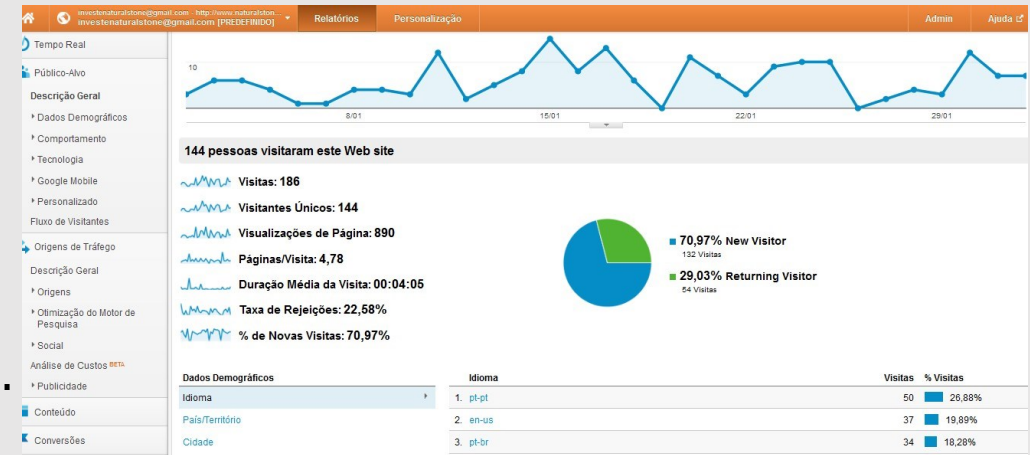
Co-funded by
the European Union

Métricas do marketing digital



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- Domínios de origem (país e tipo);
- Sites de onde vieram os visitantes;
- Browsers utilizados;
- Visitantes mês/dia/hora;
- Motores de busca e palavras-chave utilizadas.



Co-funded by
the European Union

Métricas de tráfego

- CPM – Custo por mil impressões
 - $CPM = (\text{custo total} / \text{impressões}) \times 1000$
- CLICK-Trough Rate (CTR)
 - $CTR = (\text{Clicks} / \text{Impressões})$
- Visitantes únicos
 - $\text{visitantes} = \text{impressões} \times CTR$





CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

Métricas eficácia

- Taxa de Conversão
 - Taxa de conversão = pedidos/visitantes
- Custo por Click (CPC)
 - CPC – custo da publicidade/clicks
- Custo por pedido (CPO)
 - CPO = Custo da publicidade/pedidos



Co-funded by
the European Union