



CATÁLOGO DE FORMAÇÃO



LAUTRAINING

FORMAÇÃO E CONSULTORIA

WWW.LAUTRAINING.COM



Marketing e Vendas

Gestão de Vendas – Planeamento, Organização e Gestão de Vendas – 24 horas (4 dias)

Objetivos: Este curso tem como objetivo dotar os participantes de conhecimentos e competências aprofundadas que lhes permitam fazer uma gestão e administração eficaz da função Vendas.

Introdução ao Marketing – 18 horas (3 dias)

Objetivos: Conhecer as principais metodologias e conceitos de Marketing a ter em conta no desenvolvimento comercial e estratégico de um negócio, face à nova visão dos mercados e empresas.

Como desenvolver um Plano de Marketing eficientemente adaptado ao negócio – 24 horas

Objetivos: Desenvolver um Plano de Marketing tendo em conta a definição de objetivos, estratégia, posicionamento, segmentação e adaptação de ferramentas e ações de Marketing eficientes aos objetivos adequados ao crescimento e desenvolvimento do negócio.

Estratégias de Marketing-mix – 18 horas (3 dias)

Objetivos: Conhecer as diferentes estratégias de Marketing-mix, tendo por base a metodologia 4 P's: Produto, Preço, Promoção e Distribuição, dotando os participantes dos conhecimentos básicos e fundamentados para desenvolvimento de uma Estratégia de Marketing eficiente para o crescimento do negócio.

Elaboração de Briefings eficientes em Planos de Comunicação – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer a importância de um bom briefing para potenciar o sucesso do resultado final dos projetos desenvolvidos, especialmente na área de design, web e publicidade.

e-Marketing/Marketing Online – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer as mais recentes ferramentas de Marketing especialmente a utilização das TI aplicadas ao desenvolvimento e aplicação de ações de Marketing. Redes Sociais, Internet, email Marketing, Web 2 e 3.0, entre outros conceitos serão abordados.

Estratégias de Prospecção de Clientes – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer e implementar estratégias e ações para atrair e desenvolver atividade comercial junto de base de dados de Clientes ou potenciais clientes.

Como organizar e promover um evento para Clientes – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer e aproveitar a realização de eventos para promoção e divulgação mais alargada de produtos, conceitos ou contactos através de reuniões alargadas, teambuilding, workshops, conferências, congressos, demonstrações ou outras tipologias. Definição de objetivos e avaliação de resultados.

Como construir uma apresentação multimédia – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer e utilizar eficientemente ferramentas de construção e desenvolvimento de apresentações, nomeadamente Powerpoint e Mediacenter.

Como implementar uma campanha Google Ads – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer e implementar com eficiência uma campanha de GoogleAds – publicidade online.

Como tornar eficiente a utilização das Redes Sociais – 12 horas (2 dias)

Objetivos: Conhecer e utilizar com eficiência diferentes redes sociais e profissionais de acordo com objetivos previamente estipulados.

Inovação e Marketing de Serviços – 30 horas (5 dias)

Objetivos: Saber criar estratégias de marketing para posicionar seus serviços e alavancar as vendas da sua empresa. Agregar valor na prestação de serviços, definir um sistema eficiente para a entrega dos seus serviços. Implementar programas de fidelização. Definir a promoção e a comunicação que deverão ser utilizadas para oferta dos seus serviços.

Estratégias de Marketing Institucional para Promoção da imagem da Organização – 30 horas (5 dias)

Objetivos: A crescente sofisticação da prestação de serviços públicos e as novas exigências dos seus clientes exigem abordagens na ótica do mercado mais estruturadas e novos papéis para os seus dirigentes. Neste contexto, destaca-se a atuação dos gestores na formulação de estratégias para melhoria da IMAGEM das suas organizações.

Este curso visa desvendar tópicos e aprofundar análises de problemas inerentes às estratégias de marketing institucional para a promoção da imagem da organização e dos seus serviços, combinando conceitos técnicos e aplicações práticas, essenciais para os profissionais que lidam com estes problemas nas suas organizações.

Marketing de Compras - Técnicas e Metodologias – 30 horas (5 dias)

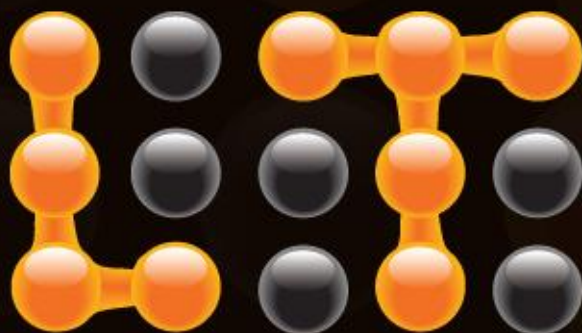
Objetivos: Este curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos, estratégias e técnicas utilizadas no denominado marketing de compra.

No fim do período de formação, os participantes serão capazes de formalizar uma nova estratégia de compras, aprender a harmonizar os objetivos das compras com os da política industrial e da política comercial da empresa e definir o plano tático, operacional adequado à estratégia de compra definida

A importância do Marketing Relacional – CRM – no negócio – 18 horas (3 dias)

Objetivos: Conhecer a importância do Marketing Relacional e Customer Relationship Management (CRM) na gestão de marketing da organização.





LAU TRAINING

FORMAÇÃO E CONSULTORIA

INFO@LAUTRAINING.COM | TEL: (+351) 212 271 306

WWW.LAUTRAINING.COM