

ESTRATÉGIAS PARA MARKETING DE CONTEÚDO E INBOUND MARKETING

Objetivos

Promover o aperfeiçoamento teórico e prático sobre os fundamentos, as estratégias, as ferramentas e a operação do uso de marketing de conteúdo e inbound marketing nos setores público e privado.

Permitir ao aluno conhecer as melhores práticas que podem ser utilizadas por meio de exemplos reais e desenvolver competências para aplicar os conceitos em ações que gerem resultados na busca por audiência, no aumento de reputação on-line, na melhoria de valor agregado de produtos e serviços e na conversão de cadastros em vendas.

Porque participar

Conhecer as melhores práticas para o uso do marketing de conteúdo permitirá aos alunos planejar e operacionalizar estratégias que poucos profissionais de comunicação e marketing digital dominam, podendo gerar resultados acima da média na obtenção de audiência orgânica, atraindo o público-alvo para geração de cadastros.

Com as técnicas usadas no *inbound* marketing os alunos aprenderão as formas de estabelecer relacionamento com bases de públicos-alvo, preparando-as para conversão de vendas ou de objetivos relacionados a reputação da marca, produto ou serviço.

Público Alvo

Seu conteúdo e sua metodologia atendem à demanda por conhecimento de estudantes, profissionais e empresários de diversas áreas de atuação, dado que o marketing de conteúdo é a melhor estratégia para obtenção de audiência orgânica e o inbound marketing compreende um conjunto de práticas que melhoram o relacionamento com os públicos desejados.

Resultados Esperados

Ao fim do curso, o participante será capaz de:

- Decidir quando e por que usar *inbound* e marketing de conteúdo;
- Utilizar estrategicamente os pilares do *inbound* (atração, nutrição de lead, conversão, pós-venda);
- Conhecer como funciona o consumo estimulado na web;
- Compreender do que a atração é composta;
- Entender e executar um processo de produção de conteúdo;
- Realizar o planejamento de acordo com ciclo de vendas;
- Usar o e-mail para estabelecer o relacionamento e a automação de entrega de conteúdo;
- Conhecer e executar estratégias de conversão.

Programa

Requisitos básicos (conteúdo on-line) - 4h

Você receberá um link, um usuário e uma senha após confirmação do pagamento para já ir se preparando para o curso!

1ª. parte - O que você precisa saber sobre a internet

- 1 - O poder da mídia digital
- 2 - Cultura de consumo
- 3 - Uso dos canais digitais
- 4 - Comportamento do usuário digital
- 5 - Ferramentas

2ª. parte - Construindo reputação do seu site nos mecanismos de busca

- 1 - Como as pessoas pesquisam no Google
- 2 - Os principais parâmetros de SEO
- 3 - Ferramentas de análise de SEO
- 4 - Boas práticas de SEO (checklist)

3ª. parte - Em busca da primeira página do Google

- 1 - Estratégia por trás do conteúdo

2 - O texto para engajamento

3 - Como compor um conteúdo

4 - Técnicas de indexação

Curso presencial (8h)

1ª. parte

Entendendo como o inbound marketing funciona

- Diferenças para o tradicional
- Pilares do inbound marketing
- Vantagens e usos
- Boas práticas

2ª. parte

Planejando uma operação desde o zero

- Definição de objetivo macro e métricas
- Pesquisa e definição de personas
- Identificação da jornada de consumo
- Escolha de plataformas de apoio

- Fluxo de operação
- Planejamento de conteúdo
- Definição do funil de vendas

3ª. parte

Operacionalizando o conteúdo

- Pesquisa
- Planejamento
- Desenvolvimento
- Publicação
- Disseminação
- Monitoramento

4ª. parte

Trabalhando na coleta de potenciais consumidores

- Estruturação de landing pages
- Estratégias de captação
- Segmentação de leads

5ª. parte

Oferecendo relacionamento para conversão

- Definição de trilhas de conhecimento
- Automatização do processo de relacionamento
- Qualificação de leads
- Mensuração de resultados

Metodologia

Sugere-se que antes do curso presencial o aluno acesse as aulas disponíveis online. Esse conteúdo é pré-requisito para o entendimento e aprofundamento das estratégias a serem elaboradas e discutidas na fase presencial.

As aulas são compostas de diferentes recursos didáticos, compondo um itinerário diverso e atendendo a diferentes estilos de aprendizagem. Todos os conteúdos apresentados e discutidos foram sistematizados com base na experiência profissional e acadêmica do professor

Professor

MARCELO VITORINO - É um dos pioneiros no uso de ferramentas digitais no Brasil. Atuando como estrategista de comunicação digital, auxiliou empresas e instituições, como SEBRAE, Instituto Ethos, Casas André Luiz, SENAR, PMDB, Governo de Mato Grosso, FACESP, Hospital São Camilo e FIFA, a explorarem melhor o potencial da internet.

Como produtor de conteúdo, além de diversos projetos de portais, escreveu blogs como “Pergunte ao Urso”. O blog chegou a ter um milhão de acessos mensais, deu origem a dois livros, e foi propagado em todo o circuito midiático, com menções na novela “Caminho das Índias”, da Rede Globo, e participações no “Teleton”, do SBT. Em 2010, foi finalista do prêmio internacional The BOBs, promovido pelo grupo alemão Deutsche Walle, na categoria Melhor Weblog em Português. No mesmo ano foi eleito melhor blog de entretenimento pela Blogbooks.

É também professor no Centro de Inovação e Criatividade da ESPM, em São Paulo, em que leciona sobre marketing político e marketing digital.

Marcelo é reconhecido como o principal estrategista digital de campanhas eleitorais, sendo responsável pelas campanhas digitais Kassab 2008 (SP), Confúcio Moura 2015 (RO) e Crivella 2016 (RJ). Em 2010 coordenou a campanha digital de Orestes Quécia para o Senado, bem como a do Rodrigo Garcia para deputado federal. É professor de Marketing Político Digital no IESB - Instituto de Educação Superior de Brasília e no CIC-ESPM.

Duração

Carga Horária: 12h

Unidade

ESPM | São Paulo

Joaquim Távora

R. Joaquim Távora, 1240, Vila Mariana

São Paulo - São Paulo

(11) 5085-4600

CIC | CENTRO DE INOVAÇÃO

E CRIATIVIDADE ESPM

Certificado

Os cursos livres do Centro de Inovação e Criatividade da ESPM emitem certificado em formato digital. Quando o curso terminar, você vai recebê-lo via e-mail, após o preenchimento da pesquisa do curso.

Os cursos livres do Centro de Inovação e Criatividade da ESPM emitem certificado em formato digital. Quando o curso terminar, você vai recebê-lo via e-mail, após o preenchimento da pesquisa do curso.

Inscrições:

Exclusivamente pelo site da ESPM: <http://www2.espm.br/cic>

Investimento

1x (CARTÃO DE CRÉDITO)	R\$ 890,00
1x (BOLETO)	R\$ 890,00
2x (CARTÃO DE CRÉDITO)	R\$ 445,00
3x (CARTÃO DE CRÉDITO)	R\$ 296,67
4x (CARTÃO DE CRÉDITO)	R\$ 222,50

5x (CARTÃO DE CRÉDITO)

R\$ 178,00

6x (CARTÃO DE CRÉDITO)

R\$ 148,33

Cancelamento

Pela ESPM, por falta de quórum, será devolvido 100% do valor pago. O aviso poderá ser feito em até 48 horas antes do início do curso.

MUITA ATENÇÃO: Se você reside fora da cidade de São Paulo, certifique-se de que o curso atingiu quórum mínimo antes de comprar sua passagem e reservar sua estada!

A ESPM se isenta de qualquer responsabilidade sobre passagem e hospedagem.

Nos casos de CANCELAMENTO:

Em caso de pagamento com boleto bancário, o valor será estornado por meio de depósito em conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até dez dias úteis.

Em caso de pagamento com cartão de crédito, a solicitação de estorno do valor será realizada pela ESPM, à operadora do cartão em até 10 dias úteis.

IMPORTANTE: O participante deverá verificar com sua operadora de cartão o prazo do crédito do valor em sua fatura.

Na hipótese de adiamento, será devolvido MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO do participante pelo e-mail rasantos@espm.br 100% do valor pago, de acordo com as formas de pagamento descritas acima.

CIC | CENTRO DE INOVAÇÃO

E CRIATIVIDADE ESPM

A ESPM não se responsabiliza por quaisquer outros valores que eventualmente tenham sido despendidos pelo participante, seja a que título for, tais como passagens aéreas, rodoviárias, combustível, hospedagem, etc., em virtude do cancelamento ou adiamento do curso.