



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Objetivos de Aprendizagem

A Certificação de Marketing Digital (DMPC™) fornece uma compreensão detalhada dos conceitos, estratégias e implementação de marketing, incluindo e-mail e campanhas de otimização de mecanismo de pesquisa (SEO), campanhas de pagamento por clique (PPC), mídia social, retargeting e integração digital com o marketing tradicional.

Quem é a CertiProf®?

CertiProf[®] é um instituto de exames fundado nos Estados Unidos em 2015. Localizado em Sunrise, Flórida.

Nossa filosofia é baseada na criação de conhecimento na comunidade e para isso, sua rede colaborativa é composta por:

- **Os candidatos à certificação da LLC (CertiProf Lifelong Learners)** são identificados como Continuing Learner, provando seu compromisso constante com a aprendizagem ao longo da vida, que é de vital importância no mundo digital em constante mudança e expansão de hoje. Independentemente de ganhar ou reprovar no exame.
- **As universidades, centros de treinamento e facilitadores da ATP (Accredited Trainer Partners)** em todo o mundo compõem nossa rede de parceiros.
- **Os autores (criadores)** são especialistas ou profissionais do setor que, com seus conhecimentos, desenvolvem conteúdos para a criação de novas certificações que respondam às necessidades da indústria.
- **Equipe Interna:** Nossa equipe distribuída com operações na Índia, Brasil, Colômbia e Estados Unidos é responsável por superar obstáculos, encontrar soluções e entregar resultados excepcionais

Our Accreditations and Affiliations



PROFESSIONAL
CERTIFICATION
COALITION

Quem deve obter esta Certificação?

Alunos ao longo da vida interessados em aumentar seus conhecimentos de marketing digital e torná-lo um componente-chave de suas carreiras ou atividades comerciais diárias.

- Indivíduos que buscam uma posição inicial em marketing digital
- Profissionais de marketing que buscam novas habilidades ou avanços
- Profissionais de marketing de nível médio que buscam modernizar seu conjunto de habilidades
- Profissionais de negócios ou funcionários sem fins lucrativos que supervisionam a função de marketing de sua organização

Badge



Type: Certification

Cost: Free

[Additional Details](#)

Digital Marketing Professional Certificate -DMPC

Issued by [CertiProf](#)

Digital Marketing Professional Certificate holders have detailed knowledge of digital marketing concepts, strategies and application, including email and Search Engine Optimization (SEO) campaigns, Pay-Per-Click (PPC) campaigns, social marketing, retargeting and the integration of digital marketing with traditional marketing. They have validated their skills and knowledge to achieve more visibility in the digital world.

Skills

Content Marketing & Strategies

Data Collection

Digital Marketing

Digital Marketing And Social Media

Keyword Research

Pay Per Click Advertising

Search Engine Optimization (SEO)

Social Media Social Retargeting

<https://www.credly.com/org/certiprof/badge/digital-marketing-professional-certificate-dmpc>

Lifelong Learning

Os ganhadores deste emblema demonstraram seu compromisso inabalável com o aprendizado permanente, o que é de vital importância no mundo digitalizado em constante mudança e expansão de hoje. Também identifica as qualidades de uma mente aberta, disciplinada e em constante evolução, capaz para usar e contribuir com seu conhecimento para o desenvolvimento de um mundo mais igualitário e melhor.

Crítérios de vitória:

- Seja um candidato à certificação CertiProf®
- Seja um aluno contínuo e focado
- Identifique-se com o conceito de aprendizagem permanente
- Acredite e se identifique genuinamente com o conceito de que conhecimento e educação eles podem e devem mudar o mundo
- Desejar potencializar seu crescimento profissional



COMPARTILHE E VERIFIQUE

SUAS REALIZAÇÕES DE
APRENDIZAGEM COM FACILIDADE

#DMPC #CertiProf



Agenda

Marketing Digital	7
O Que é Marketing Digital?	8
A Árvore de Marketing na Internet	8
Entenda o Novo Mundo	9
Empresas de Sucesso	9
O Modelo de Negócio Canvas	10
Público-Alvo	10
Comprador	11
Jornada do Consumidor em Marketing Digital	12
Conceitos Chave	13
Marketing de Conteúdos e Blogging	14
Blog	14
Inbound Marketing	15
Curadoria de Conteúdo	15
Integração / Marketing Offline	16
Funil de Vendas	16
Geração de Leads	17
Oferta de Marketing Atractiva / Oferta Relevante	18
Landing Page (Página Inicial)	19
Página de Conversão (Página de Agradecimento)	19
Marketing de Busca	20
Princípios Fundamentais	21
Marketing de Busca: SEO (Search Engine Optimization)	21
Marketing de Busca: CPC	22
Marketing Digital Ads	23
Display Advertising (Anúncio Exibido)	24
Experiência do Usuário e Facilidade de Uso	25
Desenho Web	26
Facilidade de Uso	26
Responsive Design	27
Otimização	27
Erros Comuns no Site	28
Marketing de Afiliação	28
Email Marketing	29
Email Marketing	30
Estabelecimento de Metas	30
Criação de Lista	30
Segmentação	31
Capacidade de Entrega	31
Conformidade Legal	32
Automatização	33
Drip Marketing (Marketing de Gotejamento)	33

Marketing em Redes Sociais	34
Gestão e Supervisão de Redes Sociais	35
Gestão e Monitoramento de Redes Sociais	35
Transformando Fãs em Compradores	36
Ferramentas	36
Retargeting	37
Como funciona o Retargueamento? (Retargeting)	38
Retargeting / Remarketing (Redirecionamento)	39
Recapitular	40
Site Genérico	41
Investigação de Palavras Chave	41
Não Copie o Conteúdo	42
Chapéu Branco SEO vs Chapéu Preto SEO	42
Google Crawler	42
Relembrar	43
Monitoramento e Medição	44
Monitoramento e Medição	45



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Marketing Digital



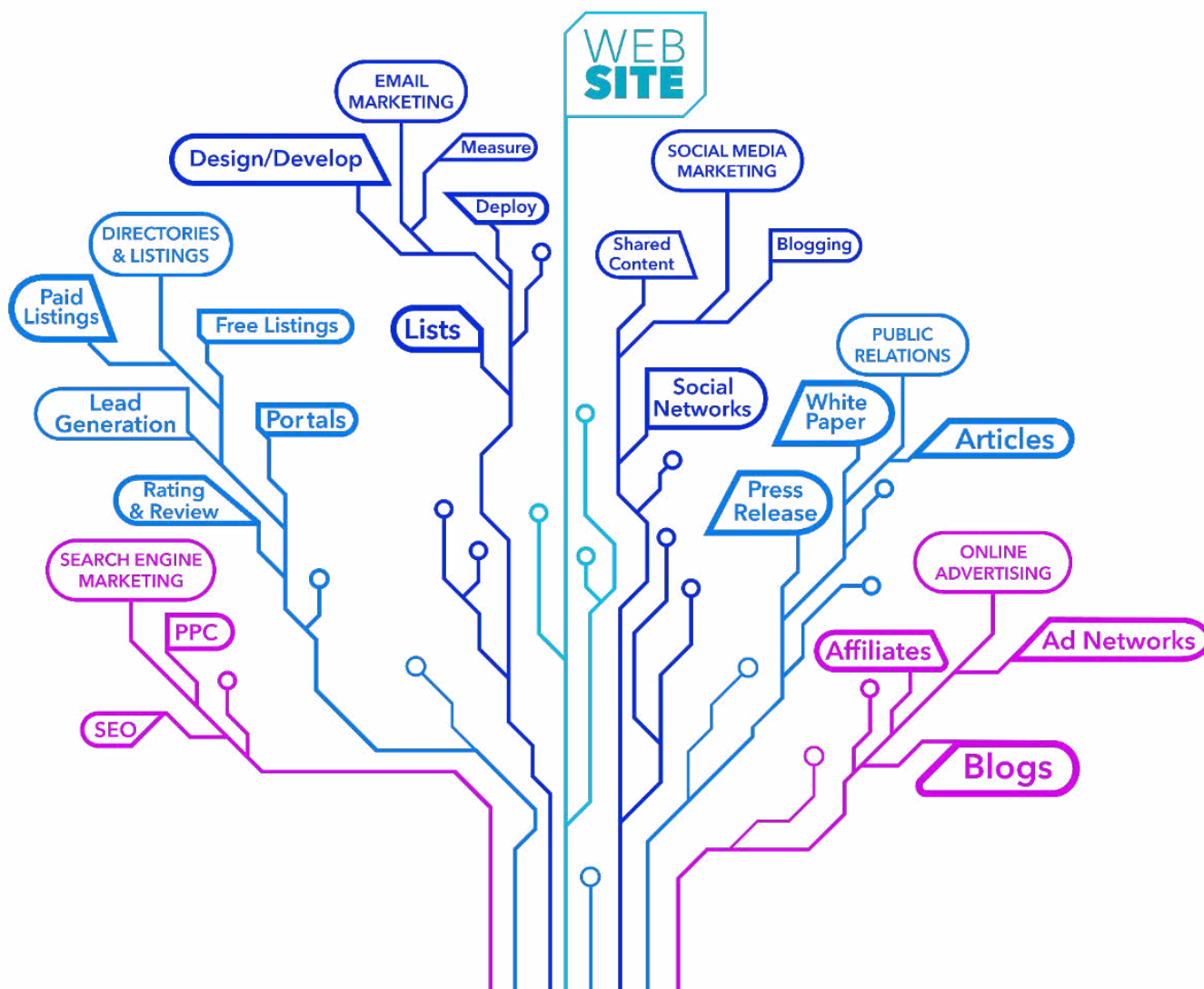
DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

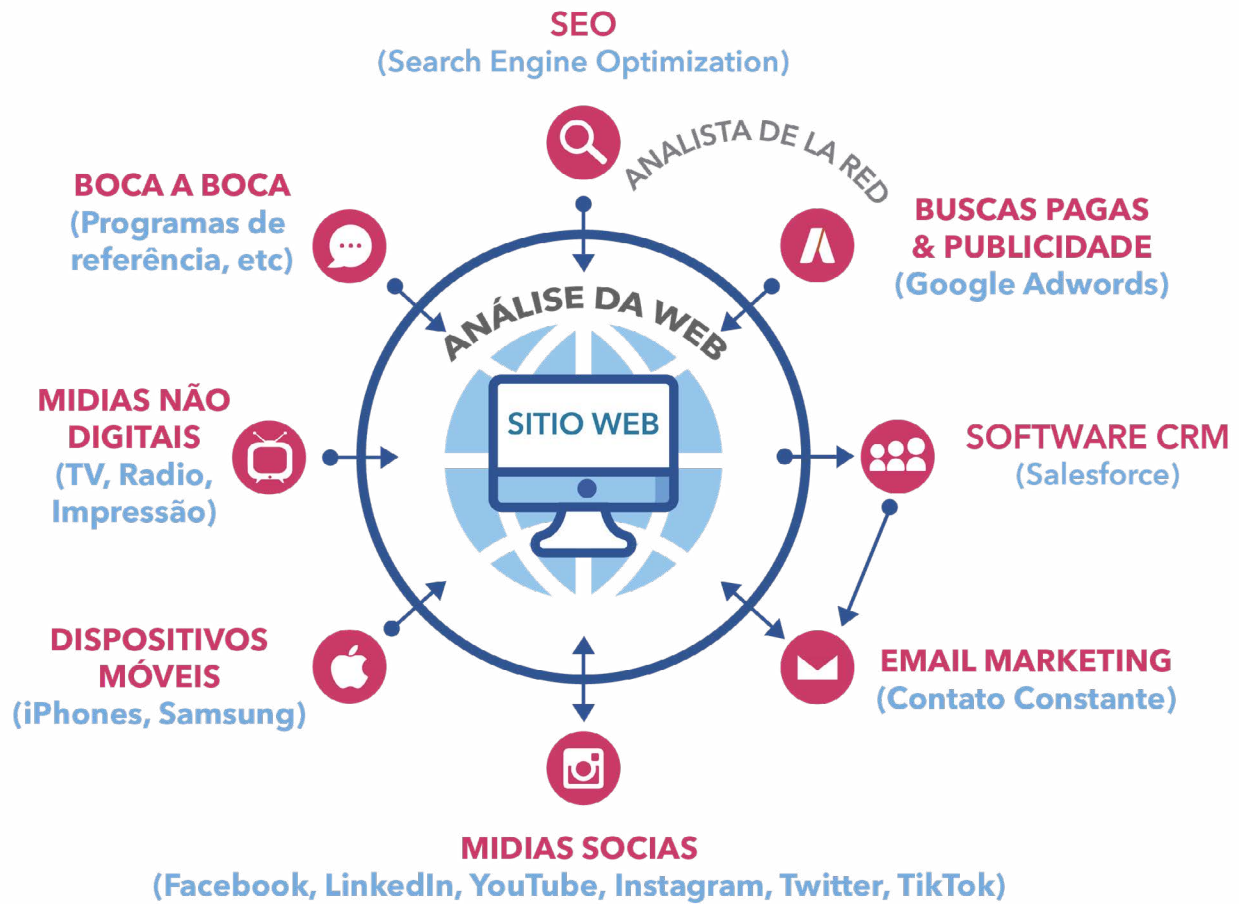
O Que é Marketing Digital?

Marketing digital (também conhecido como marketing baseado em dados), é a comercialização de produtos ou serviços que utilizam tecnologias digitais, principalmente na Internet, mas também inclui telefones móveis, exibir propaganda e qualquer outro meio digital.

A Árvore de Marketing na Internet



Entenda o Novo Mundo



Empresas de Sucesso



O Modelo de Negócio Canvas



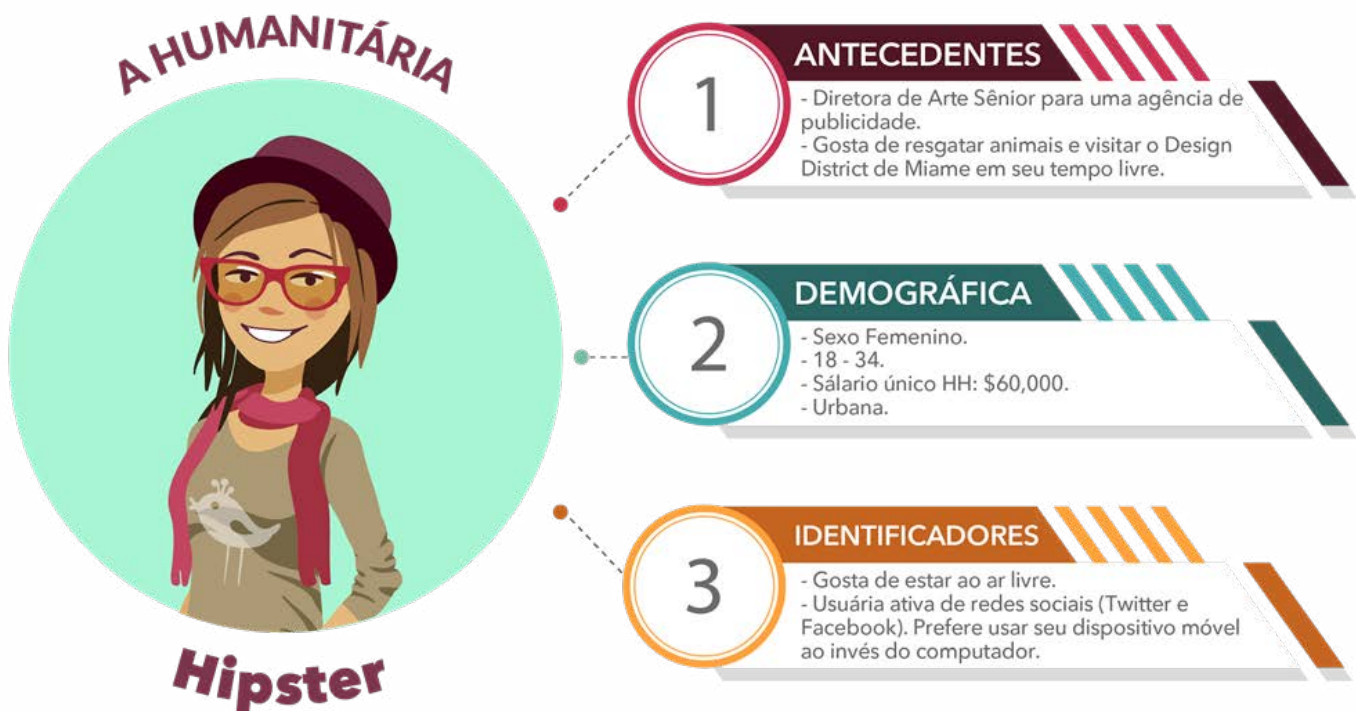
Público-Alvo



Comprador

- Um comprador é uma representação semi-fictícia de seu cliente ideal baseada em estudos de mercado e dados reais sobre seus clientes atuais
- Ao criar seu(s) comprador(es), considere incluir dados demográficos dos clientes, padrões de comportamento, motivações e objetivos. Quanto mais detalhado será melhor
- Os compradores proporcionam uma tremenda estrutura e conhecimento para sua empresa. O detalhamento de um comprador, lhe ajudará a determinar onde focar seu tempo, orientar o desenvolvimento do produto e permitir o alinhamento de toda a organização. Como resultado, poderá atrair os visitantes, clientes potenciais e clientes mais valiosos para seu negócio

<https://blog.hubspot.com>



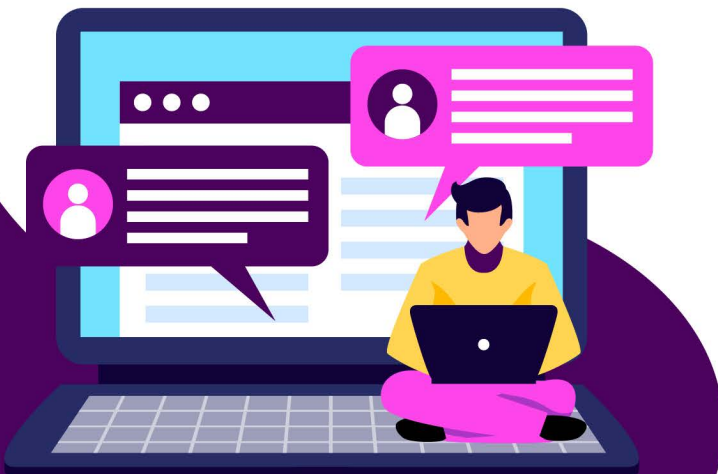
Jornada do Consumidor em Marketing Digital



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Conceitos Chave



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Marketing de Conteúdos e Blogging

Content Marketing ou Marketing de Conteúdo, é uma forma de marketing enfocada na criação, publicação e distribuição de conteúdo para um público online específico. Muitas vezes é utilizado por empresas para:

- Atrair a atenção e gerar potenciais clientes
- Aumentar a base de clientes
- Gerar ou aumentar as vendas online
- Aumentar a consciência da marca ou credibilidade
- Envolver uma comunidade online de usuários

Blog

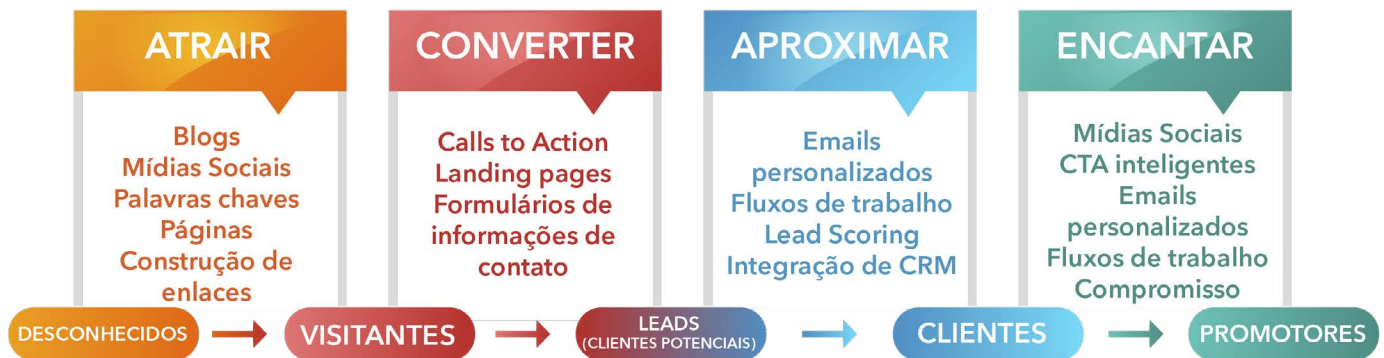
- Os blogs começaram como simples diários ou revistas online e são uma combinação das palavras «web» e «log». O que começou como um diário básico para muitas pessoas se converteu em uma poderosa ferramenta de marketing para empresas
- Os blogs são uma excelente forma de compartilhar informação nova e empolgante
- Também ajudam na construção de ligações legítimas para SEO,(Search engine optimization ou otimização de resultados de pesquisa). Os blogs pessoais podem ser tão simples como o texto básico, ou podem ser usados como uma oportunidade de marketing para refletir ou criar uma marca



Inbound Marketing

Inbound marketing ou marketing interno, é uma técnica para atrair clientes para produtos e serviços através de marketing de conteúdo, marketing de mídia social, SEO (search engine optimization ou otimização de resultados de pesquisa e branding (imagem da marca).

O processo é composto por quatro passos principais:



Curadoria de Conteúdo

Content curation ou curadoria de conteúdo, é o processo de compilação de artigos, publicações de blogs e outras informações associadas a um tema específico. Content curation não significa que uma empresa confia no novo conteúdo. Mas sim, é a compilação e apresentação do conteúdo já criado por outros. Os serviços de curadoria são cada vez mais importantes e ajudam a agilizar todo o processo de marketing de conteúdo.

Integração / Marketing Offline



Funil de Vendas

Funil de vendas (também conhecido como funil de rendimento ou processo de venda), se refere ao processo de compra ao qual as empresas conduzem os clientes.

<https://www.ringdna.com/inside-sales-glossary/what-is-the-sales-funnel>



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Geração de Leads



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Oferta de Marketing Atractiva / Oferta Relevante



Em marketing, Lead Generation (Geração de vendas) é a iniciação do interesse ou investigação do consumidor frente aos produtos ou serviços de uma empresa. Os Leads ou potenciais clientes, podem ser criados para fins como a criação de listas, aquisição de listas para newsletter ou para potenciais de vendas.

Os métodos para gerar oportunidades de vendas geralmente estão embaixo do guarda-chuva de publicidade mas também podem incluir fontes não remuneradas, como resultados de motores de busca orgânicos ou referências de clientes existentes.

Landing Page (Página Inicial)



- Landing Page, é a página web de destino na qual o usuário entra após dar um clique num link (seja em um anúncio ou em qualquer outro lugar)
- Algumas landing pages, são criadas com o propósito de gerar oportunidades de vendas, e outras têm o propósito de direcionar o fluxo de tráfego através de um site

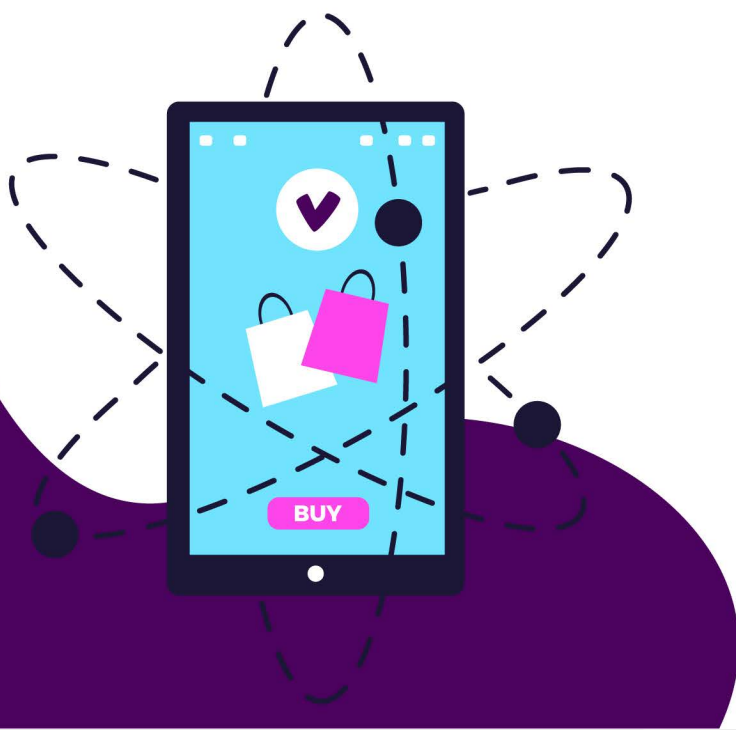
Página de Conversão (Página de Agradecimento)



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Marketing de Busca



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Princípios Fundamentais

SEM - Search Engine Marketing (mecanismo de marketing de busca), é uma forma de marketing na Internet que consiste na promoção de sites mediante o aumento de sua visibilidade em (SERPs) Search Engine Results Pages (Páginas de resultados no mecanismo de busca), principalmente através de publicidade paga. SEM pode incorporar o Search Engine Optimization (SEO), que ajusta ou reescreve o conteúdo do site e a arquitetura do site, para atingir uma classificação mais alta nas páginas de resultados no mecanismo de busca (SERPs), para melhorar as listas de pagamentos por clique (PPC).



Marketing de Busca: SEO (Search Engine Optimization)

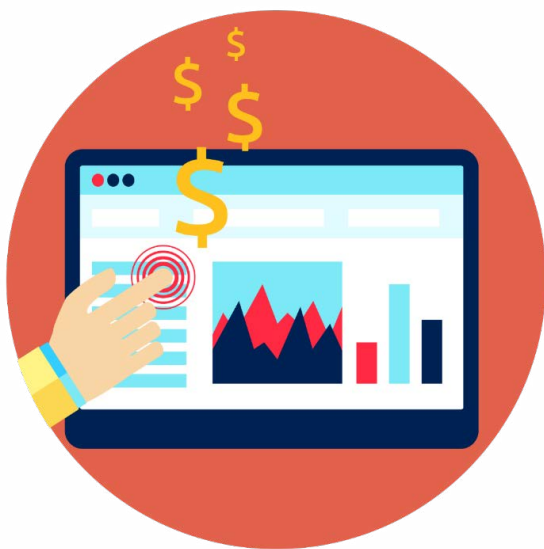
Otimização de mecanismo de busca (SEO) é o processo que afeta a visibilidade online de um site nos resultados gratuitos de um mecanismo de busca, geralmente conhecidos como resultados «naturais», «orgânicos» ou «obtidos». Em geral, quanto mais cedo (ou melhor classificada está a página web nos resultados de busca), e mais frequentemente aparece um site na lista de resultados, mais visitas receberá dos usuários; os quais podem ser convertidos em clientes.



Marketing de Busca: SEO (Search Engine Optimization)



Marketing de Busca: CPC



CPC (Custo-por-clique) ou PPC (Pagamento-por-clique). Significa que os anunciantes pagam cada vez que um usuário dá um clique no anúncio.

A publicidade de CPC funciona bem quando os anunciantes querem que os internautas visitem seus sites, mas é uma medida menos precisa para os anunciantes que buscam gerar conhecimento da marca.

A cota de mercado de CPC vem crescendo a cada ano desde sua introdução, superando a CPM para dominar dois terços de todos os métodos de compensação da publicidade online.

DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Marketing Digital Ads



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Display Advertising (Anúncio Exibido)

- Display advertising, é a publicidade online em sites. Inclui muitos formatos diferentes e contém elementos como texto, imagens, flash, vídeo e áudio. O objetivo principal do Display Advertising, é enviar publicidades em geral e mensagens da marca aos visitantes do site
- De acordo com a HubSpot, a empresa Purple viu um aumento de 34,6% na consideração da marca para seus pedidos de colchões usando a segmentação por público-alvo do Google Ads no YouTube
- As campanhas web do Google alcançam 90 % dos usuários globais na Internet



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



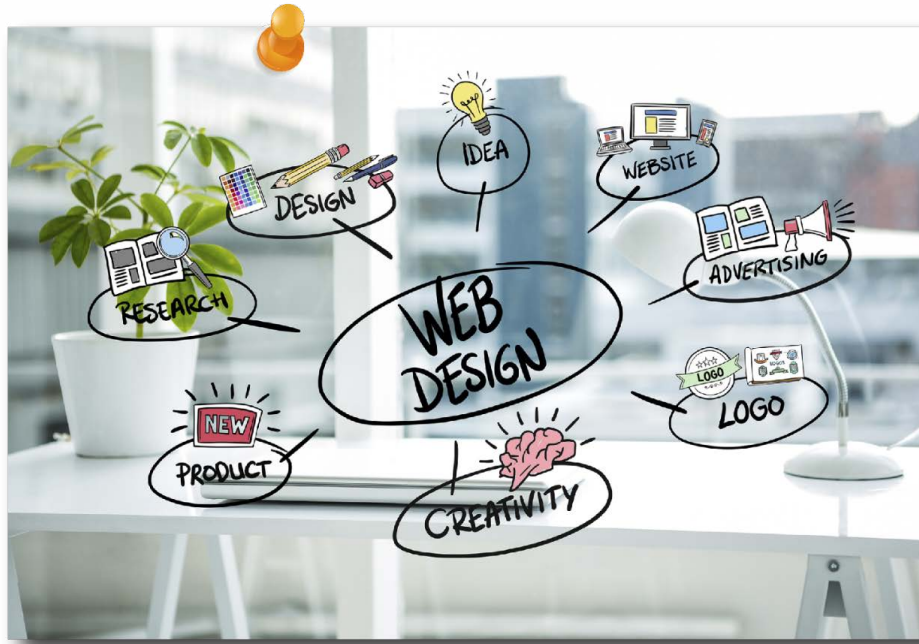
Experiência do Usuário e Facilidade de Uso



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Desenho Web



Facilidade de Uso



Responsive Design



Otimização



Erros Comuns no Site

- **301 Redirect** - É um método de redirecionar um visitante de uma página da web para outra página da web
- **302 Redirect** - É um método para redirecionar um visitante de uma página para outra página da web, usado apenas para situações temporárias. Para redirecionamentos permanentes, um 301 é usado
- **Erro 404** - É a mensagem de erro que aparece quando um visitante tenta acessar uma página da web que não existe

Marketing de Afiliação

Affiliate marketing é o marketing de afiliados que recompensa os clientes existentes ou defensores da marca para cada visitante ou compra adquirida de seus esforços de marketing. Geralmente, o marketing de afiliados é baseado em comissões. Por exemplo, um blogueiro afiliado pode avaliar um produto em seu blog pessoal.

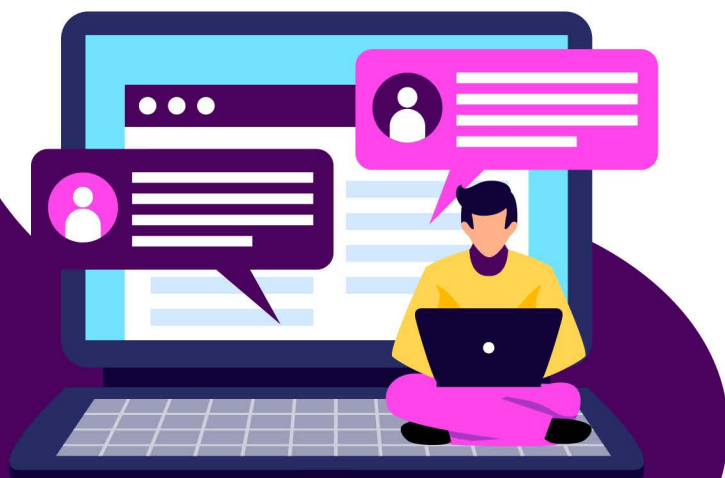
Sua revisão inclui um link que leva os visitantes a uma página de destino que hospeda um formulário de inscrição ou um link para comprar o produto. A cada registro ou compra, o blogueiro ganha uma comissão da empresa que vende o produto.



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Email Marketing



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Email Marketing

- O marketing por email é o ato de enviar uma mensagem comercial, normalmente para um grupo de pessoas, usando o email. Em seu sentido mais amplo, todo e-mail enviado a um cliente potencial ou atual pode ser considerado marketing por e-mail. Normalmente envolve o uso de e-mail para enviar anúncios, solicitar negócios ou solicitar vendas ou doações e tem como objetivo construir lealdade, confiança ou conhecimento da marca
- E-mails de marketing podem ser enviados para uma lista de compradores em potencial ou para um banco de dados de clientes atual. O termo geralmente se refere ao envio de e-mails para melhorar o relacionamento do comerciante com clientes atuais ou antigos, encorajar a fidelidade do cliente e repetir negócios, adquirir novos clientes ou convencer os clientes atuais a comprar algo imediatamente e compartilhar anúncios de terceiros

Estabelecimento de Metas



- Vender produtos / serviços
- Gerar leads
- Direcionar o tráfego do site
- Promover o reconhecimento
- Obter informações do cliente / melhorar a retenção
- Fornecer serviço / suporte

Criação de Lista

- Cumpra todos os requisitos legais
- Caixas de inscrição de e-mail
- Registros de contas e formulários de comércio eletrônico online
- Solicitações e downloads do cliente
- Ponto de venda - Faça da aquisição de e-mail parte do processo de checkout
- Representantes do Call-Center

Segmentação



A segmentação da lista de e-mail é uma técnica de marketing por e-mail na qual você segmenta (ou divide) sua lista de assinantes, com base em qualquer número de condições. É uma técnica usada por empresas e profissionais de marketing para enviar comunicações relevantes a pessoas específicas em uma lista de marketing por e-mail.

Capacidade de Entrega

A entrega de e-mail é a capacidade de enviar e-mails para as caixas de entrada dos assinantes.

É o que alguns profissionais de marketing usam para avaliar a probabilidade de suas campanhas de e-mail chegarem às caixas de entrada de seus assinantes em relação aos provedores de serviços de Internet (ISPs) reais, aceleração, rejeições, problemas de spam e volume. Os itens que prejudicam a capacidade de entrega incluem enviar sem autenticação personalizada, usar a opção de assinatura única, enviar de um endereço de e-mail de domínio gratuito, usar linhas de assunto de e-mail de spam, dificultar o cancelamento da inscrição, usar encurtadores de URL e enviar e-mails com muitas imagens.

<https://www.campaignmonitor.com/resources/glossary/email-deliverability/>

Conformidade Legal

- A Lei CAN-SPAM de 2003 foi aprovada pelo Congresso como resposta direta ao crescente número de queixas sobre correios eletrônicos não desejados
- A «Lei antispam do Canadá» (CASL) entrou em vigência em 1.º de julho de 2014
- O GDPR entrou em vigor em 25 de maio de 2018



Automatização



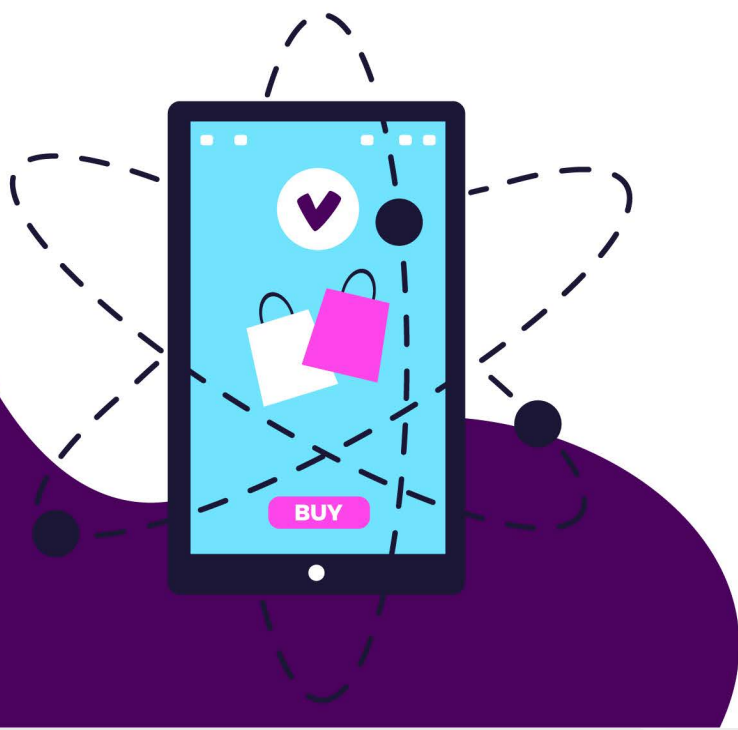
Drip Marketing (Marketing de Gotejamento)

- Drip marketing é uma estratégia de comunicação que envia, ou «goteja», um conjunto de mensagens previamente escritas a clientes ou perspectivas ao longo do tempo. Estas mensagens frequentemente tomam a forma de marketing por correio eletrônico, apesar de que, podem se usar outros meios
- Drip marketing se diferencia do marketing de bases de dados de duas maneiras:
 - O tempo das mensagens segue um curso padrão
 - As mensagens são enviadas conforme o comportamento ou estado específico do destinatário. Normalmente também é automatizado

DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Marketing en Redes Sociais



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Gestão e Supervisão de Redes Sociais



Gestão e Monitoramento de Redes Sociais

- As redes sociais são tecnologias mediadas por computador que facilitam a criação e a troca de informações, ideias, interesses profissionais e outras formas de expressão por meio de comunidades e redes virtuais
- A variedade de serviços de rede social integrados e independentes atualmente disponíveis apresenta desafios de definição; no entanto, existem algumas características comuns:
 - As redes sociais são aplicativos interativos da Web 2.0 baseados na Internet
 - O conteúdo gerado pelo usuário, como postagens de texto ou comentários, fotos ou vídeos digitais e dados gerados por meio de todas as interações online, é a força vital da mídia social
 - Os usuários criam perfis específicos de serviço para o site ou aplicativo que são projetados e mantidos pela organização de mídia social
 - As redes sociais facilitam o desenvolvimento de redes sociais online, conectando o perfil de um usuário com o de outros indivíduos ou grupos

Transformando Fãs em Compradores

Ferramentas



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Retargeting



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Como funciona o Retargueamento? (Retargeting)



Visitou sua
página web



Página web



Advertiser
retargeting

Não visitou sua
página web



Página web



Reverse
retargeting

Viu seu anuncio
criativo



Artigo
publicitário



Creative
retargeting

Visitou uma
página web do
editor



Anúncio de
artigo no site
do editor



Sponsorship
retargeting

Retargeting / Remarketing (Redirecionamento)

Redirecionamento comportamental (também conhecido como remarketing comportamental, ou simplesmente, reorientação) é uma forma de publicidade online dirigida a consumidores em função de suas ações anteriores na Internet. Realocação de etiquetas a usuários online, ao incluir um pixel dentro da página web ou no correio eletrônico de destino, que insere um cookie no navegador do usuário.

Uma vez inserido o cookie, o anunciante pode exibir anúncios em qualquer parte da tela de internet deste usuário através de um intercâmbio publicitário.

Retargueamento de site (Retargeting) é uma técnica de publicidade utilizada por especialistas de marketing para exibir publicidade à pessoas que tenham visitado seu site anteriormente. O vendedor inclui um pixel dentro de sua página web, que cria um cookie no navegador do usuário.

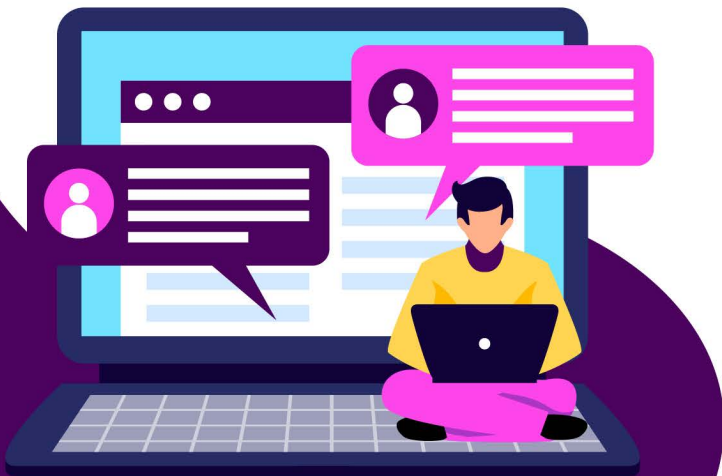
Este cookie permite que o especialista em marketing se dirija ao visitante do site com publicidade de outro lugar de Internet através do retargueamento (retargeting) ou reorientação.



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Recapitular

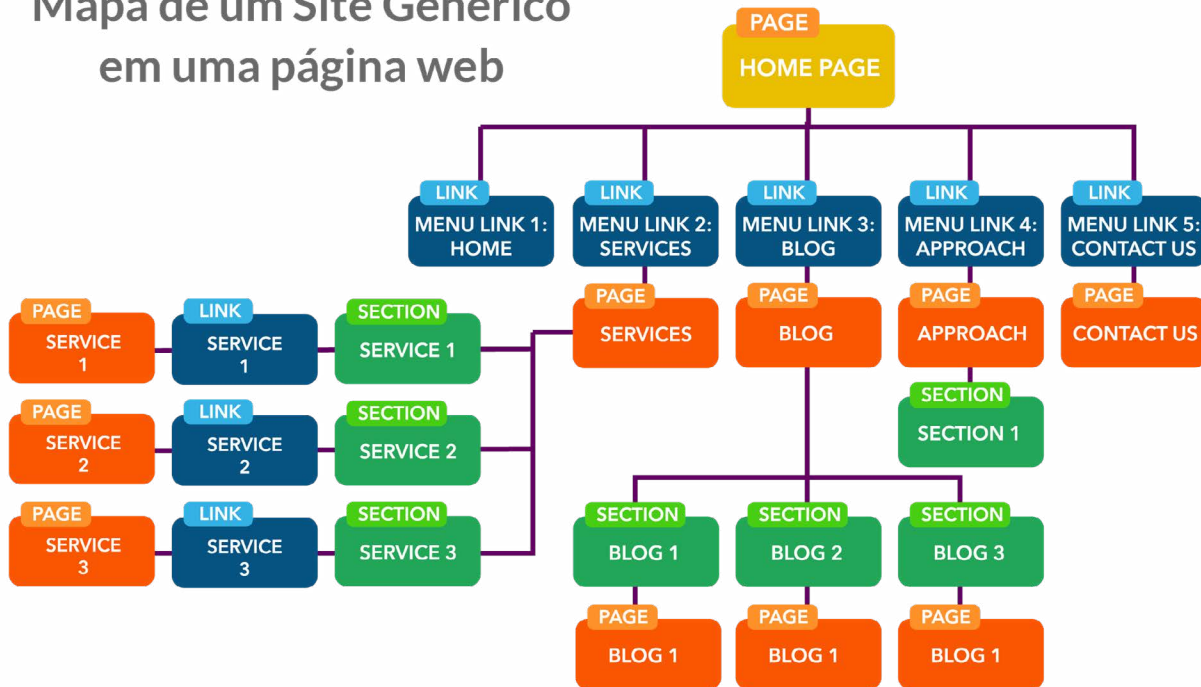


DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Mapa do Site

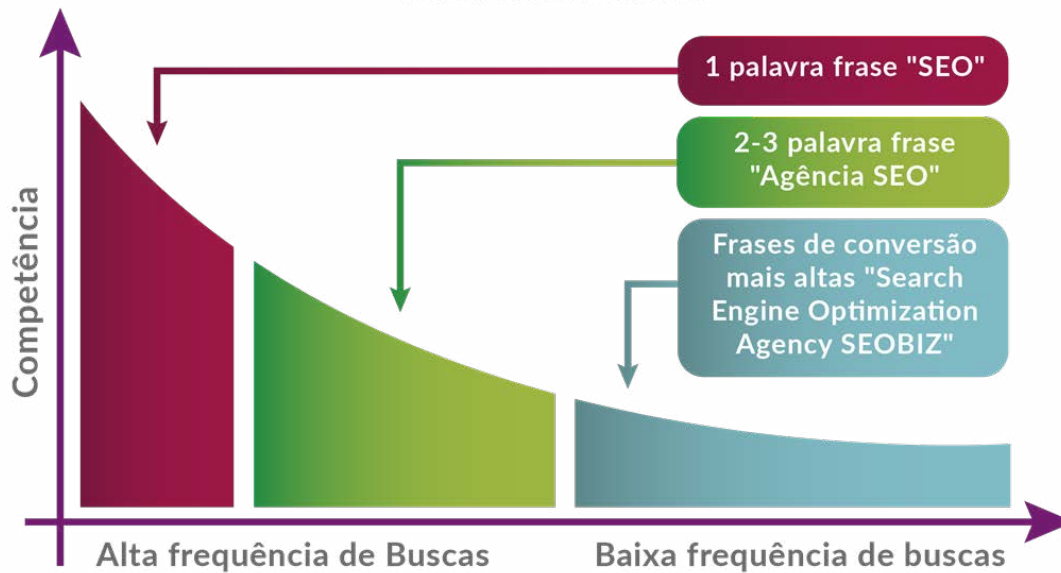
Mapa de um Site Genérico em uma página web



Investigação de Palavras Chave

INVESTIGAÇÃO DE PALAVRAS CHAVES

LONGTAIL SEO POR B2BS



Não Copie o Conteúdo



Chapéu Branco SEO vs Chapéu Preto SEO



Google Crawler



Como a pesquisa do Google funciona?

Google Search

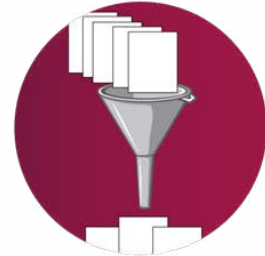
Software chamado **crawlers**, navegue na web para descobrir novas páginas.



The Index atualmente contém mais de **30 trilhões** de páginas da Web indexadas.

As páginas coletadas são armazenadas em uma coleção chamada **the index**.

os complexos **algoritmos** eles atuam como um filtro de índice, mostrando apenas resultados relevantes com base em centenas de fatores.

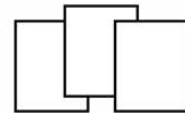


Quando você realiza uma pesquisa, uma solicitação é enviada aos servidores do Google.



Os resultados

Eles são finalmente listados no seu navegador da Web em ordem de classificação dentro de 1/8 de segundo.



Relembrar



COMPARTILHAR TRÁFEGO DA WEB POR DISPOSITIVO

Dependendo da participação de cada dispositivo em todas as páginas da web de JANEIRO de 2021 veiculadas nos navegadores da web.



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE



Monitoramento e Medição



DMPC™ Versão 012022

CertiProf®

Monitoramento e Medição

- Métricas de Marketing Digital e KPIs (indicador-chave de desempenho) são valores usados por equipes de marketing para medir e rastrear o desempenho de suas campanhas de marketing
 - As equipes de marketing digital usam uma série de ferramentas para promover seus serviços e produtos, e rastrear os resultados pode ser demorado e difícil. Ao criar KPIs de marketing digital específicos, é fácil determinar objetivos e metas e medir o desempenho em relação a esses valores
-
- Returning Visitor Metric
 - First Visit Metric
 - Brand Awareness Metric
 - Return on Marketing Investment
 - Incremental Sales
 - Web Traffic Sources
 - Purchase Funnel
 - Total Visits
 - Customer Attrition
 - Customer Lifetime Value (LTV)
 - Lifetime Value: Customer Acquisition Cost (LTV:CAC)
 - Customer Acquisition Cost (CAC)
 - Clickthrough Rate (CTR)
 - Response Rate
 - Funnel Conversion Rate
 - Marketing Originated Customers
 - Average Time on Page
 - Content Downloads
 - Unique Visitors
 - Pageviews per Session
 - Cost per Action (CPA)
 - Customer Share by Category
 - Dormancy Rate
 - New Leads Generated
 - Referral Traffic
 - Web Traffic Concentration
 - Bounce Rate
 - Lead Conversion Rate
 - Newsletter Signup Conversion Rate
 - Website Traffic Lead Ratio
 - Sessions by Device Type
 - Online Conversions Metric
 - Average Lead Score
 - External Website Links
 - Net Promoter Score
 - Keyword Performance
 - End Action Rate
 - Cost Per Lead
 - Goal Completion Rate



DIGITAL MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATE

Siga-nos, entre em contato!



www.certiprof.com

CERTIPROF® é uma marca registrada da CertiProf,
LLC nos Estados Unidos e / ou outros países.

CertiProf®