

I. FORMAÇÃO

i. Workshops

Tema	Conteúdo	Matérias	Duração I	Duração II
1. Estratégia de Internacionalização Digital da Empresa	Estratégia Digital. Informação e análise dos mercados internacionais. Estratégia marketplaces.	Estratégia do Ecommerce: conceitos básicos. O que muda na estratégia internacional? <i>Ecommerce cross-border ou transfronteiriço</i> . SWOT da empresa e dos seus produtos / serviços. Nível de investimento necessário: aspetos críticos a ter em conta. Loja online internacional vs marketplaces: vantagens e inconvenientes. Principais diferenças entre estratégias B2B e B2C. Conhecer o meu cliente: ferramentas úteis para definir o perfil do meu cliente B2B e B2C. Critérios de seleção de mercados: algumas ferramentas recomendadas de análise de mercado. Inteligência competitiva: Exemplos de utilização de ferramentas para a análise exaustiva da atividade digital dos meus concorrentes. Estratégia de distribuição: Existe conflito com o meu canal físico? Algumas soluções. Minha página web, aspetos fundamentais na internacionalização. Considerações do posicionamento em motores de busca (SEO) internacionais.	4 horas	90 minutos
2. Ferramentas Tecnológicas para a Internacionalização das Empresas	Tecnologia	Principais plataformas do ecommerce Aspetos relevantes da integração com os sistemas de informação da empresa. Equipamento necessário e a sua localização no organigrama da empresa. Tecnologias e sistemas para criar uma loja online. Tendências e novas tecnologias digitais.		90 minutos
3. Market Places	Os marketplaces como ferramenta de venda internacional	Porque é que são necessários. Vantagens e inconvenientes . Tipologia de marketplaces (B2B vs B2C) <u>Alibaba.com: o líder do B2B.</u> Alguns dados do grupo Alibaba. Alibaba.com vs Aliexpress. O que é Alibaba.com Funcionamento de Alibaba.com Custos de Alibaba.com Processo de abertura da conta Regras para a optimização de produtos dentro de Alibaba.com Regras sobre o respeito da propriedade intelectual.	5 horas	90 minutos + 90 minutos

		<p>Gestão da plataforma: Consultas (<i>inquiries</i>) e RFQs</p> <p>Segurança dentro da plataforma: técnicas anti-spam.</p> <p>Análítica e Inteligência competitiva: Uso de Ali Data, Biz Trends:</p> <p>Medição do rendimento dos meus produtos / keywords / minisite.</p> <p>Análise dos meus concorrentes.</p> <p>Outras ferramentas de promoção: Extra Inquiry Package (EIP); suplemento de RFQs.</p> <p><u>Amazon: Como é que definimos a Amazon?</u></p> <p>Analogias e diferenças com outros marketplaces.</p> <p>Vender na Amazon: Aspectos estratégicos a ter em conta.</p> <p>Os custos de Amazon.</p> <p>Diferença entre Seller Central e Vendor Central.</p> <p>Principais módulos.</p> <p>Subir produtos na Amazon: aspetos a ter em conta.</p> <p>Integração técnica: principais plugins disponíveis e aspetos a ter em conta.</p> <p>Ferramentas estatísticas.</p> <p>Amazon como fornecedor de serviços: Amazon Web Services, Logística de Amazon, Amazon Payments, Amazon Mechanical Turk.</p> <p><u>Ebay:</u></p> <p>Evolução do Ebay: alguns números</p> <p>Proposta de valor do Ebay para a internacionalização.</p> <p>Principais funcionalidades.</p> <p>Ferramentas para a integração com os sistemas internos da companhia.</p> <p><u>Outros marketplaces B2B e B2C:</u></p> <p>Horizontais e verticais.</p>		
<p>4.</p> <p>Marketing on-line para a internacionalização da empresa</p>	<p>O plano de marketing digital.</p> <p>Primeiros passos no marketing digital. Publicidade digital.</p> <p>Marketing nos motores de busca.</p>	<p>Ferramentas de promoção online:</p> <p>Ecossistema de Publicidade online do Google:</p> <p>Ecossistema de Publicidade online do Facebook.</p> <p>Outras redes de publicidade online</p> <p>Marketing no marketplaces,</p> <p>Uso de comparadores / agregadores</p> <p>Estratégia nas redes sociais internacionais e locais.</p> <p>Redes Sociais para B2C</p> <p>Redes Sociais para B2B</p> <p>Na direção do Social Commerce.</p> <p>Alguns exemplos.</p> <p>Modelos de afiliação: blogs, redes sociais, etc.</p> <p>Email marketing: aspetos a ter em conta nas estratégias de internacionalização.</p> <p>Estratégias de CRO: a sua aplicação em cenários de internacionalização.</p>	3 horas	90 minutos
5.	Meios de pagamento digitais.	<p>Aspetos a ter em conta para a escolha dos meios de pagamento A importância dos meios de pagamento locais.</p>	3 horas	90 minutos

Meios de Pagamento Online	Sistemas de gestão de fraude.	Os sistemas de gestão de fraude: Principais fornecedores Novas tendências dos meios de pagamento online - a entrada de jogadores de Internet: PayPal, Amazon Pay, Facebook Payments, Google Payments, AliPay A próxima fronteira: os pagamentos online B2B. Tendências do futuro. Alguns exemplos de pagamentos transfronteiriços.		
6. Principais modelos logísticos internacionais e atendimento ao cliente internacional	Atendimento ao cliente internacional. Principais modelos logísticos internacionais.	<u>Atendimento ao cliente:</u> Critérios de custo no atendimento ao cliente. Opções de externalização e critérios de decisão. Novas tendências: o auge dos chatbots e dos sistemas de inteligência artificial <u>Logística Internacional:</u> Logística local vs cross-border Dropshipping e crossdocking: alguns exemplos práticos Novos jogadores: Logística da Amazon, Red Cainiao de Alibaba. Principais fornecedores e novas tendências	3 horas	90 minutos
7. Adequação legal em projetos de ecommerce internacional	Adequação legal em projetos de ecommerce internacional	A difícil adequação do entorno legal dos projetos de ecommerce internacional: Principais normativas a ter em conta: Propriedade intelectual (domínios, marcas, etc) Licenças de exportação / importação Barreiras técnicas e alfandegárias Fiscalidade aplicável Fiscalidade direta Fiscalidade indireta Normativa alfandegária: a sua aplicação para ambientes de ecommerce B2B e B2C. Alguns exemplos	2 horas	90 minutos
8. Casos Práticos	Alguns casos práticos	Exemplos de Ecommerce transfronteiriço a través da página web: venda direta Exemplos de venda a través de plataformas B2B. Exemplos de venda a través de plataformas B2C.	4 horas	90 minutos