

PROGRAMA EJECUTIVO



OMNICHANNEL STRATEGY
& INNOVATION

TEMARIO & CALENDARIO

Bloques

Temáticos

BLOQUE 1

Experiencia del Consumidor (CX)

Comprender el concepto de Customer Experience y cómo se puede aplicar al marketing digital para identificar los factores y las estrategias clave que influyen en la experiencia del clientes, a través de casos de uso, para mejorar la experiencia del cliente.

BLOQUE 2

Estrategia de marketing digital en el marco omnicanal

Desarrollar una comprensión de la estrategia de marketing omnicanal enfocada en canales digitales para optimizar la conexión con los clientes.

BLOQUE 3

Herramientas, Datos y Medición

Comprender las diferentes categorías de herramientas de marketing digital, su participación en la estrategia full funnel y las métricas clave para evaluar su efectividad.

BLOQUE 4

Innovación y Negocios Digitales

Desarrollar una comprensión de la estrategia de marketing omnicanal enfocada en canales digitales para optimizar la conexión con los clientes.

Fechas & horarios

BLOQUE 1

● Experiencia del Consumidor (CX)

Unidad 1. CX como una disciplina de negocio

Unidad 2. Toma de decisiones a partir del conocimiento de Insights del consumidor.

Unidad 3. Mapeando las experiencias de consumidor

Unidad 4. Elementos de diseño de experiencia de consumidor

Unidad 5. Tecnología como aliado de la experiencia del consumidor

Unidad 6. Medición de experiencia de consumidor

● Sesiones Virtuales

Martes y jueves

20 agosto - 17 septiembre 2024.

Horario 18:00 - 20:00 horas

● Discovery Class Presencial + Networking

Sábado 28 septiembre 2024

Horario 08:00 - 11:00 horas

● Industry Immersion

Jueves 03 octubre 2024

Horario 10:00 - 13:00 horas

BLOQUE 2

● Estrategia de marketing digital en el marco omnicanal

Unidad 1. Identificación del Público

Unidad 2. Creación y Diseño de Experiencias de Valor

Unidad 3. Interpretación de Datos para Decisiones Estratégicas

Unidad 4. Gestión y Optimización de la Experiencia Omnicanal

Unidad 5. Principios de Creatividad en el Marketing de Contenidos

Unidad 6. Integración de storytelling en los puntos de contacto omnicanal.

● Sesiones Virtuales

Martes y jueves

08 octubre - 05 noviembre 2024

Horario 18:00 - 20:00 horas

● Discovery Class Presencial + Networking

Sábado 23 noviembre 2024

Horario 08:00 - 11:00 horas

● Industry Immersion

Martes 26 noviembre 2024

Horario 10:00 - 13:00 horas

Fechas & horarios

BLOQUE 3

● Herramientas, Datos y Medición

Unidad 1. Herramientas para cada etapa de la estrategia.

Unidad 2. Canales Propios

Unidad 3. Canales Directos

Unidad 4. Social / Content

Unidad 5. Search

Unidad 6. Display y video

Unidad 7. Marketing Tech Stack

Unidad 8. Data Stack

Unidad 9. Data Driven decision making

● Sesiones Virtuales

Martes y jueves

03 diciembre 2024 - 28 enero 2025

Horario 18:00 - 20:00 horas

● Discovery Class Presencial + Networking

Sábado 08 febrero 2025

Horario 08:00 - 11:00 horas

● Industry Immersion

Martes 11 febrero 2025

Horario 10:00 - 13:00 horas.

BLOQUE 4

● Innovación y Negocios Digitales

Unidad 1. Principales herramientas Martech

Unidad 2. Principales herramientas Adtech

Unidad 3. Papel de la innovación en el crecimiento de una marca o negocio

Unidad 4. Transformación Digital

● Sesiones Virtuales

Martes y jueves

18 febrero - 18 marzo 2025

Horario 18:00 - 20:00 horas

● Discovery Class Presencial + Networking

Sábado 29 marzo 2025

Horario 08:00 - 11:00 horas

● Industry Immersion

Martes 01 abril 2025

Horario 10:00 - 13:00 horas.

Calendario

Inicio
17 agosto
2024

Bloque 1 | 17 agosto - 03 octubre 2024

- ❑ 9 sesiones virtuales | 18 horas
- ❑ 1 masterclass presencial | 3 horas
- ❑ 1 visita a corporativo | 3 horas

Sesiones Virtuales

MC + Networking
Visita a Corporativo

Bloque 2 | 08 octubre - 26 noviembre 2024

- ❑ 9 sesiones virtuales | 18 horas
- ❑ 1 masterclass presencial | 3 horas
- ❑ 1 visita a corporativo | 3 horas

Sesiones Virtuales

MC + Networking
Visita a Corporativo

Bloque 3 | 03 diciembre 2024 - 11 febrero 2025

- ❑ 9 sesiones virtuales | 18 horas
- ❑ 1 masterclass presencial | 3 horas
- ❑ 1 visita a corporativo | 3 horas

Sesiones Virtuales

MC + Networking
Visita a Corporativo

Bloque 4 | 18 febrero - 05 abril 2025

- ❑ 9 sesiones virtuales | 18 horas
- ❑ 1 masterclass presencial | 3 horas
- ❑ 1 visita a corporativo | 3 horas

Sesiones Virtuales

MC + Networking
Visita a Corporativo

Cierre
05 abril
2025