



PROGRAMA EJECUTIVO



OMNICHANNEL STRATEGY  
& INNOVATION

TEMARIO & CALENDARIO  
*Segunda generación*

# OMNICHANNEL STRATEGY & INNOVATION

PROGRAMA EJECUTIVO



El programa está diseñado para líderes (**profiles c-level, vicepresidencias y direcciones**) que buscan la excelencia en un entorno digital en constante cambio. Te unirás a una comunidad de pensadores innovadores, explorarás las últimas tendencias y herramientas, y descubrirás cómo crear estrategias efectivas en un **mundo omnicanal**.



**20 Sesiones en formato virtual**  
+  
**14 Sesiones en formato presencial teórico prácticas**



**4 Industry Immersion + Discovery Class Presencial + Networking**

[\*\*VER DETALLES AQUÍ\*\*](#)

INFORMES:  
**AURORA MOCTEZUMA**  
Coordinadora Sr. Capacitación y Desarrollo  
[aurora.mocte@iabmexico.com](mailto:aurora.mocte@iabmexico.com)

# 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 cliente, 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.

# Temario

## 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

07 - 23 octubre 2025

Horario 18:00 - 20:00 horas

#### ● Sesiones Presenciales

Sábado 4 y 25 de octubre 2025

Horario 09:00 - 13:00 horas

● **Industry Immersion/Master Class y Networking (1 día)**  
Entre el 28 y el 31 de octubre  
Horario 11:00 - 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

11 - 20 noviembre 2025

Horario 18:00 - 20:00 horas

#### ● Sesiones Presenciales

Sábado 08 y 22 de nov 2025

Horario 09:00 - 13:00 horas

● **Industry Immersion/Master Class y Networking (1 día)**  
Entre el 25 y 28 noviembre  
Horario 11:00 - 13:00 horas

### 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

22 de enero - 10 marzo 2026

Horario 18:00 - 20:00 horas

#### Sesiones presenciales

Sábado 17 enero y 14 marzo 2026

Horario 09:00 - 13:00 horas

#### ● Industry Immersion/Master

Class y Networking (1 día)

Entre 17 y 20 de febrero del 2026

Horario 11:00 - 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

24 febrero - 03 marzo 2026

Horario 18:00 - 20:00 horas

#### ● Sesiones Presenciales

Sábado 21 feb y 7 marzo 2026

Horario 09:00 - 13:00 horas

#### ● Industry Immersion/Master

Class y Networking (1 día)

Entre 10 y 13 marzo 2026

Horario 11:00 - 13:00 horas.

# Calendario

Inicio  
04 octubre  
2025

## Bloque 1 | 4 - 31 octubre 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 2 | 08 - 28 noviembre 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 3 | 17 enero - 20 febrero 2026

- 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 | 21 febrero - 13 marzo 2026

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

Sesiones Virtuales

MC + Networking  
Visita a Corporativo

Cierre  
14 marzo  
2026