

PROGRAMA EJECUTIVO



OMNICHANNEL STRATEGY & INNOVATION

TEMARIO & CALENDARIO

Segunda generación



OMNICHANNEL STRATEGY & INNOVATION

PROGRAMA EJECUTIVO

El programa está diseñado para líderes (**perfiles 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

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.

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

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

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