

I. Objetivo

Al finalizar el diplomado, el participante estará en capacidad de poner en práctica los diferentes escenarios donde la data es clave para generar acciones reales en las marcas. También, se espera que el estudiante aprenda a utilizar herramientas que le permitan identificar oportunidades y medir la efectividad de las acciones basadas en DATA en múltiples canales, con el fin de automatizar y visualizar campañas de marketing para tener una mayor escalabilidad y eficiencia.

II. Estructura del Programa – Módulos

Módulo 1: La importancia de la data y su aplicación en diferentes escenarios.

- La data en diferentes industrias / cotidianidad
- Casos de éxito de uso de la data
- Introducción a los diferentes escenarios (Predictive Data, Data Insights intelligence, Automation Data, Commerce Data Activation, Data Capture and Visualization)
- Casos de referencia en cada escenario
- Introducción a herramientas digitales (visualización, medición, tracking)

Módulo 2: La Data como torre de control para tomar acciones de marca.

- Posibles escenarios y casos de referencia
- Reporting, analítica integrada y torre de control.
- Fuentes de información y analítica de datos
- Actionable metrics and reports
- Introducción a visualizadores de datos (power BI/Google)
- Casos prácticos y ejemplos de la industria
- Herramientas para la automatización de procesos

Módulo 3: Aplicación Data Capture and Visualization

- Posibles escenarios y casos de referencia
- Eligiendo fuentes de información
- Estructuración y modelado de datos
- Realización de Mockups del dashboard
- Evaluación de fuentes de información
- Construcción del dashboard

Módulo 4: Aplicación Predictive Data

- Introducción al modelo
- Posibles escenarios y casos de referencia
- Captura de información
- Preparación de los datos
- Creación del modelo predictivo y testeo
- Puesta en marcha

Módulo 5: Aplicación Automation Data

- Posibles escenarios y casos de referencia
- Evaluación de procesos
- Concluyendo oportunidad de eficiencias
- Conocer herramientas de automatización
- Creación de flujo de trabajo.

Módulo 6: Aplicación Data Insights intelligence

- Posibles escenarios y casos de referencia
- Exploración de diferentes fuentes de información
- ¿Preguntas que la data debería resolver en cada área?
- Modelos y matrices para correlacionar datos.
- Comunicación hallazgos y accionables
- Taller (trabajo en grupo – Caso a resolver)

Módulo 7: LAB – Laboratorio de DATA

- Creación de captura de data
- Creación de dashboard
- Creación modelo predictivo
- Creación automation de flujo de trabajo
- Encontrar insights y aplicarlos a una marca
- Construcción del modelo commerce data activation

III. Dirigido a

Profesionales de diversas áreas, que quieren potenciar sus competencias actuales con habilidades en el mundo digital e interesados en adquirir competencias en marketing digital.

IV. Docentes

Henry Ramirez

VP Digital Soluciones en Geometry. Estratega y consultor de experiencias en entornos digitales con más de 16 años de trayectoria.

Publicista profesional con énfasis en estrategia comercial y medios. Máster en marketing digital y comercio electrónico, con certificaciones en Amazon, Tiktok, Data, Google Analytics, Adwords, Facebook entre otros. Cabeza regional digital, habilidad en el diseño de estrategias dirigidas a consumidor final para marcas con presencia regional, (Colgate Palmolive, Novartis, Lifemiles, Uber, Diageo, Beiersdorf, Claro, Twitter Latam, Coca-Cola, Marca Colombia, Allianz, Nokia, Nokia Siemens Networks, Samsung, Black And Decker, SabMiller, British American Tobacco, P&G, Microsoft, GSK, Henkel/Schwarzkopf entre otros) Implementación de experiencias en diferentes países, Estados Unidos, República Checa, China, Londres, Canadá, Trinidad y Tobago, Venezuela, Colombia, Perú, Costa Rica, entre otros.

Sebastian Gutierrez Sierra

VP Commerce Planning

Estratega y consultor de experiencias en investigación de mercados con más de 7 años de trayectoria.

Psicólogo y Master en antropología cultural con estudios en gerencia de marketing, negocios digitales, e-commerce y alta dirección.

Líder de un equipo de 6 estrategias creativas. Habilidad en el diseño de estrategias dirigidas a consumidor final para marcas con presencia regional, y trayectoria en mercados regulados como farma y tabaco.

Experiencia en desarrollo de estrategias de dark market, conectando la comunicación con el negocio desde la semiótica de los consumidores.

Ganador de premios en efectividad a través de los años y múltiples publicaciones locales e internacionales en el área de marketing. Líder en innovación, speaker y online researcher al implementar metodologías tradicionales a través de modelos investigativos digitales.

Juliana Ibañez Alfonso

Growth Marketing Manager

Administradora de empresas, especialista en programación neurolingüística.

Magister en Marketing Digital, E-Commerce y MBA.

Experiencia en liderazgo y formación de equipos, investigación de mercados, ADS, SEM, Social Media, SEO.

Amplia experiencia en la proyección y ejecución de estrategias digitales. Apasionada por el crecimiento exponencial a través del marketing, la innovación y el aprendizaje continuo.

Germán Giraldo Correa

Vicepresidente Marketing en WOM Colombia | CMO | Ex Bavaria Ex Samsung Ex Claro. Apasionado por el Marketing, con 15 años de experiencia en diferentes áreas como Consumer Insights, Innovación y Brand Management. Pensamiento estratégico, orientado a consumidor, a la innovación, y ejecución de alta calidad enfocada en crecimiento de marcas. Alto expertise en resolución de problemas, manejo de equipos multidisciplinarios, y transformación de insights en oportunidades de negocio

Mattheuv Osorio

Project Manager en Geometry foco Herramientas de automatización. Amplio conocimiento en el manejo de herramientas para gestión de información y automatización, como Hubspot y RD Station, con certificación de HUBSPOT MARKETING HUB, experiencia en el diseño e implementación de grandes volúmenes de contactos con GRUPO VANTI, y con RD STATION MARKETING SOFTWARE, creación de flujos de automatización para procesos de nutrición de leads y calificación de los mismos para BUREAU VERITAS entre otros.

Jose Mosquera

Data Analyst en Geometry. Experto en Data con más de 7 años de experiencia. Responsable del desarrollo del proceso de captura, auditoria, almacenamiento, integración y visualización del flujo de los datos de Geometry.

Sebastian Moreno Bernal

Data Analyst en Geometry. Experiencia en la creación de soluciones para optimizar procesos soportados en datos. Modelamiento, normalización, depuración y carga de bases de datos, ETL.

V. Horario y Lugar

El programa se llevará a cabo los días martes y jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m, las sesiones se desarrollarán remotamente, por medio del software para comunicaciones Zoom u otro similar.

Los cambios eventuales que se puedan presentar en la programación inicial (fechas, horarios, docentes) serán informados, oportunamente, a los estudiantes.

VI. Inversión.

El valor de la inversión es de \$2'500.000 incluido el 1.5% del Impuesto de Procultura.

Fecha de inicio, martes, 26 de abril de 2022

Fecha fin: miércoles, 13 de julio de 2022

Horario: martes y jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m.

Duración: 90 horas

Inversión: \$2'350.000

Inscríbese en: <https://forms.office.com/r/f8wuLWicrm>

Contáctanos vía WhatsApp <https://wa.me/message/PUH4JKZUUJEP1>