



Programa de Especialización

Growth & Data CCS

Programa exclusivo de la Cámara de Comercio de Santiago & InsightLab.

Doble certificación por la CCS e InsightLab.

“La capacidad de tomar decisiones informadas basadas en datos es lo que separa a los líderes de los rezagados”.

Jeff Bezos

Amplia visión de las técnicas de crecimiento, desarrollo de productos digitales y descubrimiento de herramientas para distinguir patrones de datos.

¿Por qué cae dramáticamente la efectividad de marketing y ventas? Las barreras para el crecimiento han aumentado y las de entrada para constituir empresas han disminuido considerablemente con el aumento de la competencia y el riesgo de disrupción de parte de empresas "startups", nacidas con un origen 100% digital. Esto ha reducido la efectividad y encarecido el costo de adquirir clientes. Por lo tanto, la necesidad de acelerar la captura, fidelizar y mantener la relación con los clientes en el tiempo, pasa a ser una actividad clave dentro de las estrategias comerciales de las empresas, buscando de esta forma incrementar el valor de cada relación comercial.

Pero ¿qué inspira la lealtad de los consumidores? Las relaciones estratégicas con los clientes impulsan el

crecimiento y la participación de mercado. La lealtad del cliente es clave para aumentar el valor de la cartera, mientras que la adherencia aumenta las ventas de manera orgánica y genera un efecto reforzante de cada base monetaria invertida.

¿Qué aspectos necesitan reforzar los líderes para crear negocios digitales? Asistimos al auge de las tecnologías digitales y a la urgencia de la digitalización en todos los sectores.

Los clientes tienen altos niveles de expectativas de los servicios que provee una organización. Los servicios y las operaciones digitales están elevando los estándares competitivos en todos los sectores. Para aprovechar esta oportunidad, las empresas tradicionales deben adoptar un nuevo modelo operativo que mejore sustancialmente la experiencia digital de los clientes.





Obtén conocimientos y habilidades para dirigir tus operaciones comerciales digitales, forjando el crecimiento del negocio:

- Observar y distinguir las palancas de crecimiento que nos permitan optimizar el ciclo de vida del cliente: captura, crecimiento y retención.
- Determinar las capacidades que aportan las tecnologías de interacción para ampliar la escala de los diseños de servicio y del marketing.
- Desarrollar estrategias de crecimiento eficaces y personalizadas para diferentes jornadas de clientes.
- Analizar las tendencias, amenazas y oportunidades del mercado para elaborar una hoja de ruta de crecimiento digital alineada con los objetivos empresariales.
- Comprender la importancia de los datos en la economía digital y la incidencia en la toma de decisiones basándose en ellos para acelerar el crecimiento.
- Aprender a darle sentido a los datos mediante análisis exploratorio y un buen relato para los profesionales que requieren tomar decisiones.

Los profesionales requieren marcos para dar forma a la estrategia de crecimiento y liderar la aceleración digital...

- Aprende técnicas para recopilar datos superficiales para entender el comportamiento de los usuarios y el rendimiento de tus campañas.
- Realiza investigación cualitativa para profundizar en los motivos detrás del comportamiento de los clientes.
- Formula hipótesis y experimenta basándote en datos, formula hipótesis sobre posibles mejoras y realiza experimentos.
- Analiza los resultados y ajusta estrategias creando un ciclo de mejora continua.



El programa es ideal para:

- Gerentes de ventas y marketing o ejecutivos que buscan dirigir de manera efectiva equipos de ventas y quieren construir un motor de ventas de alto impacto.
- Empresarios que buscan construir y optimizar sus equipos digitales o comercio electrónico.
- Profesionales de desarrollo de negocios que juegan un papel en ventas y en la administración de relaciones.
- Profesionales que estén haciendo un cambio horizontal en su carrera hacia las ventas digitales.

Este programa está diseñado para profesionales de las ventas que forman parte de un equipo, así como para aquellos que dirigen un equipo o que están encargados del área de ventas digitales o de marketing.

Cuando te gradúes, podrás:

Obtener una comprensión integral de los marcos y estrategias que impulsan el crecimiento a través de las áreas de enfoque de los 4 módulos principales del programa.

Evaluar las prácticas actuales de tu organización para crear un plan de acción centrado en lo digital y establecer los medios para gobernar las estrategias digitales de forma continua.



Framework del Programa **Growth & Data CCS**

39 horas | 19 sesiones | más taller de aplicación.
Formato: clases virtuales.

 MÓDULO 1 Growth Digital Marketing: El Marketing Digital Orientado al Crecimiento	 MÓDULO 2 Growth: La Estrategia de Crecimiento de un Producto o Negocio	 MÓDULO 3 El Valor de los Datos para la Toma de Decisiones Ágiles	 MÓDULO 4 Liderazgo Comercial Inteligente	 Taller de Aplicación de Contenidos (3 hrs.)
<ul style="list-style-type: none">✓ Conceptos y Herramientas de Marketing Digital✓ Estrategias, Tácticas y Métricas Digitales✓ Gestión de Campañas y Productos Digitales <p>12 hrs. / 6 sesiones</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Estrategia Centrada en el Crecimiento✓ Valor de Vida del Cliente✓ Métricas Claves para la Optimización <p>14 hrs. / 7 sesiones</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Gestión de Datos en la Economía Digital✓ Data-Driven Marketing <p>4 hrs. / 2 sesiones</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Marco Digital del Negocio✓ Control de Gestión Digital✓ Métricas Comerciales <p>6 hrs. / 3 sesiones</p>	





MÓDULO 1: *Growth Digital Marketing: El Marketing Digital Orientado al Crecimiento*

Sesión	Objetivo central	Contenidos
Conceptos y Herramientas de Marketing Digital 4 horas (2 sesiones virtuales)	Descubrir los aspectos fundamentales de la "gestión de oferta y demanda" digital.	Diferencias entre Marketing y Marketing Digital. Conceptos relevantes del Marketing Digital. Principales herramientas de Marketing Digital. Social Media y su uso en un contexto de negocios.
Estrategias, Tácticas y Métricas Digitales 6 horas (3 sesiones virtuales)	Desarrollar estrategias de crecimiento eficaces y personalizadas para impulsar el ROI.	Principales métricas según medios y soportes. Conceptos básicos de analítica web. Metodologías para la elaboración de estrategias y planes de acciones digitales alineados con las necesidades del negocio. Aplicación práctica de frameworks y metodología
Gestión de Campañas y Productos Digitales 2 horas (1 sesiones virtuales)	Implementar campañas efectivas y eficientes con la capacidad de digitalizar servicios.	Gestión de campañas: data tracking, lanzamiento y evaluación. Metodologías para crear "Productos Digitales". Prácticas ágiles para el desarrollo de "Productos Digitales".



MÓDULO 2:

Growth: La Estrategia de Crecimiento de un Producto o Negocio

Sesión	Objetivo central	Contenidos
Estrategia Centrada en el Crecimiento 4 horas (2 sesiones virtuales)	Desarrollar palancas de crecimiento en torno al activo fundamental de las organizaciones: el cliente.	Decisión de consumo y acceso a servicios del cliente. Ciclo de vida del cliente. La relevancia del motor de interacciones con el cliente. Desarrollo de un sistema centrado en el cliente.
Valor de Vida del Cliente 6 horas (3 sesiones virtuales)	Estimar el tiempo durante el cual un cliente es rentable y decidir cuándo aplicar palancas de crecimiento o retención con objetivos estratégicos.	Relaciones entre el valor económico que representa el cliente para la organización y su ciclo de vida: captura, servicio, retención, crecimiento, sobre base de la satisfacción. Cómo adquirir clientes en forma más temprana, ofreciendo soluciones a sus necesidades de manera más oportuna. Identificar capacidades de crecimiento en el nivel de actividad comercial con la empresa mediante mayores compras o menor sensibilidad al precio, para finalmente demorar el tiempo de abandono o término del ciclo de vida. Trazar, con mayor efectividad, la estrategia de retención o creación de valor con los clientes. Además, facilita el control de cumplimiento de objetivos.
Métricas Claves para la Optimización 4 horas (2 sesiones virtuales)	Definir las métricas claves del negocio que optimicen los esfuerzos de marketing de una organización.	Introducción al control de gestión de clientes y palancas de control de gestión. Probar, medir y equivocarse rápido. Métricas claves para la gestión del cliente: tasa de respuesta, tasa de conversión, costo por objetivo, punto de equilibrio, ROI. Sistemas de respuesta incremental para acelerar el crecimiento.



MÓDULO 3: *El Valor de los Datos para la Toma de Decisiones Ágiles*

Sesión	Objetivo central	Contenidos
Gestión de Datos en la Economía Digital 2 horas (1 sesiones virtuales)	Cómo rotar el activo intangible que representan los datos y el tránsito de servicios análogos a digitales.	Qué es la economía digital. Aspectos claves de la economía digital. Gestión del activo intangible. ¿Cómo competir en la economía digital? Rotación de activo intangible. Los datos que aportan los clientes.
Data-Driven Marketing 2 horas (1 sesiones virtuales)	Visión y estrategias para tomar decisiones basándose en datos.	La importancia de transformar datos en preguntas. Data-Driven versus Big-Data. Captura y creación de datos. Sistemas de personalización del servicio basado en datos.



MÓDULO 4: *Liderazgo Comercial Inteligente*

Sesión	Objetivo central	Contenidos
Marco Digital del Negocio 2 horas (1 sesiones virtuales)	Conocer y comprender las principales herramientas digitales de hoy.	Importancia de la definición de objetivos en digital. Principales disciplinas digitales. Herramientas y buenas prácticas asociadas a cada una.
Control de Gestión Digital 2 horas (1 sesiones virtuales)	Entender las métricas relevantes de la actividad digital.	Métricas esenciales según medios y plataformas. Nociones básicas de analítica web.
Métricas Comerciales 2 horas (1 sesiones virtuales)	Definir indicadores claves que impulsen la actividad comercial.	Métricas de actividad, objetivos y resultados. Estructuras de ventas: número de vendedores y territorios de ventas. Gestión de tubos de negocios y CRM (sales funnel).

Docentes



Serge De Oliveira

Profesional de marketing franco-portugués con más de 20 años de experiencia en Chile, liderando equipos en servicios financieros, telecomunicaciones y AFP, premiado en 2 oportunidades (2012 y 2016), como el mejor profesional de Marketing Digital de Chile.

 Conecta con Serge en LinkedIn



Rodrigo Rojo Pizarro

Rodrigo Rojo Pizarro. Magíster en Marketing e Ingeniero Comercial de U. Chile. Cuenta con más de 12 años de experiencia en Marketing Digital, Estrategia de Negocios, y Tecnología en Startups y Scaleups.

 Conecta con Serge en LinkedIn



Jorge Bullemore

Doctor en Administración de Empresas por la U. de Lleida. Advanced Management Program del ESE Business School, MBA UAI e Ingeniero Civil Industrial UDP. Más de 20 años de experiencia laboral como Gte. Comercial, Subgte. Comercial,

 Conecta con Serge en LinkedIn



Cristián Maulén

CEO de CustomerTrigger. Cuenta con más de 20 años de experiencia en gestión de clientes, datos y procesos. Con una visión estratégica orientada a la implementación de tecnologías automatizadas e inteligencia de interacciones que aumenten el valor de vida del cliente. Autor del Libro HUELLA DIGITAL

 Conecta con Serge en LinkedIn



Sobre Nosotros

Somos una comunidad que busca favorecer el aprendizaje para transformar colaboradores y emprendedores en líderes.

Nuestro distintivo enfoque interdisciplinario de la investigación y la enseñanza se centra en los temas más críticos para los negocios contemporáneos, impulsando la innovación y creando conocimientos del mundo real para los líderes empresariales.

Nuestros actualizados programas de Educación Ejecutiva, aseguran que nuestros participantes no sólo estén expuestos al pensamiento empresarial más actual, sino que también aprendan cómo ponerlo en práctica en sus organizaciones.





Más información en:
InsightLab.Club

