



DIPLOMADO

Customer Intelligence

Aula Virtual | 6 meses

Este programa es para ti...

- Eres ejecutivo del área de mercadotecnia o ventas responsable de diseñar estrategias comerciales o bien estas emprendiendo y deseas mejorar tus procesos de decisiones comerciales.

Aprenderás...

- Comprender a los consumidores y sus procesos de decisión, lo que realmente desean y necesitan.
- Herramientas clave para conocer a los clientes y sus procesos de compra.
- Análisis y captación de datos relevantes para la toma de decisiones.

Al concluir este programa...

- Estarás preparado para diseñar y ejecutar estrategias de mercadotecnia basadas en la generación y análisis de información que conlleve a crear mejores productos y servicios mejorando la relación con tus clientes.

MÓDULOS

01 El consumidor actual y los procesos de decisión de compra

1. La ciencia de las compras
2. El nuevo entorno de los negocios
3. El consumidor en el contexto actual
 - a. El consumidor informado y conocedor
 - b. La hiper satisfacción de las necesidades de los clientes
4. ¿Por qué compra la gente?
 - a. Bases neurocientíficas del comportamiento de compra
 - b. El modelo tradicional y racional de compras
 - c. El cerebro y las emociones
 - d. La teoría del cerebro triuno
 - e. Marcadores somáticos
5. Neuromarketing: un nuevo paradigma de la mercadotecnia
 - a. El inicio
 - b. Las herramientas del Neuromarketing
 - c. Neuromarketing: fusión de saberes
 - d. La marca multisensorial
6. Introducción a la economía del comportamiento
 - a. Definición y conceptos principales
 - b. Pensar rápido, pensar lento Daniel Kahnemann
 - c. Sesgos cognitivos que nos permiten tomar decisiones rápidas

02 Información y análisis de los datos de redes sociales e internet

1. Definición del concepto del punto de conversión en el ecosistema digital y en su interacción con el mundo real
2. Análisis y métricas digitales: usos, beneficios, limitaciones e interpretación de resultados para la toma de decisiones
3. Inteligencia de negocio y de mercado en el ecosistema digital: Big Data para segmentar, analizar y accionar la información
4. Planeación y definición de KPI's
5. Analíticas web
6. Auditores externos de tráfico web
7. Implementación de Google Analytics para sitios web
8. Módulos de Google Analytics: Tiempo real, audiencia, adquisición, comportamiento y conversión
9. Elaboración y creación de reportes de resultados ejecutivos
10. Seguimiento de objetivos logrados
11. Toma de decisiones para optimización

MÓDULOS

03 Decisiones basadas en Big Data, Data Mining y Datawarehouse

1. Business Intelligence y su rol en la toma de decisiones
 - a. Análisis, lectura y comunicación de conceptos a través de los datos
2. La 4a Revolución Industrial y tecnologías para la transformación digital: Inteligencia Artificial, Big Data, IoT & Cloud
 - a. ¿Qué es la transformación digital?
 - b. Las revoluciones Industriales
 - c. El entorno actual de la transformación digital
3. Bases de datos, Data Mining y Data Warehouse
 - a. Definiendo conceptos
 - b. Uso de datos para tomar mejores decisiones
 - c. Centrarse en el cliente mediante la integración de datos
4. Habilidades básicas para aprovechar los datos: Visualización y Storytelling
 - a. Qué es la visualización de datos
 - b. Aplicaciones de la visualización de datos
 - c. Storytelling, qué es y cómo mejorar los resultados
5. Ejercicio con aplicación práctica

04 Diseño de estrategias de innovación en Marketing

1. Innovación en marketing
 - a. La importancia de innovar en mercados cambiantes
 - b. ¿Qué es innovación en marketing?
 - c. Tipos de innovación: Radical o Incremental
 - d. Pensamiento innovador surgido de un patrón convencional
2. Estrategia del océano azul
 - a. Qué es una estrategia océano azul
 - b. El marco de las cuatro acciones
 - c. Ejercicio: Desarrollar estrategia océano azul para su empresa
3. Innovación a través del servicio
 - a. Principios clave del servicio al cliente
 - b. Análisis de Brechas para la innovación
 - c. Cultura de servicio
 - d. Efecto WOW, servicio innovador

MÓDULOS

05 Marketing Metrics

1. Estrategia integral de mercadeo: de la compra al advocacy
2. Ratio de acción de compra
3. Ratio de defensa de marca
4. Productivity: Incremento de atracción, curiosidad, compromiso y afinidad
5. Insights para establecer un warm up efectivo
6. Definición y cálculo de Awareness (Top of mind)
7. Identificación de usuarios hard sell
8. KPI's para estrategias de marketing
9. Matriz de cálculo para ROI
10. Evaluación de ROAS
11. Estimación de Conversion Rate

06 Gestión del ROI Comercial

1. Conceptos fundamentales del lenguaje financiero
2. Los principales estados financieros
3. El punto de equilibrio
4. El ROI como indicador de desempeño (KPI)
 - a. Beneficios
 - b. Significado y fórmula de cálculo del ROI
 - c. Métodos de medición del ROI
 - d. Diferencias entre ROI, ROE y ROA
 - ROE o "Return on Equity"
 - ROA o "Return on Assets"
5. Rentabilidad de las inversiones en mercadotecnia
 - a. ROI, TIR, VPN
6. El ROI en el marketing tradicional y digital.
 - a. Definición del ROI Marketing
 - b. Aplicación del ROI sobre las ventas
 - c. Usos del ROI en el mix comercial
 - d. Proceso del cálculo del ROI en los modelos de mercadotecnia
 - e. Retorno de la inversión en modelos de mercadotecnia digital
 - f. Ejemplo de ROI real

Beneficios de estudiar un diplomado



Temas actualizados y de vanguardia

Con gran capacidad de actualización y reinención al ser de una duración más corta que otros posgrados, un diplomado te ofrece una capacitación enfocada en temas relevantes y de alta demanda para el mercado laboral.



Capitaliza lo aprendido

El alto enfoque práctico y estratégico de un Diplomado UVM hace que cada módulo sea aplicable desde el primer día 1 en tus actividades profesionales y desarrollo personal.



Mejora tus oportunidades laborales

Enriquece tu CV especializándote y posíciónate como el mejor candidato.



Networking

No solo compartirás salón de clases con buenos compañeros, también con excelentes profesionistas con los que podrás compartir puntos de vista, tips e incluso oportunidades de negocio.



Profesores con más 15 años en experiencia profesional

Toma clases de la mano de expertos en su disciplina con amplia experiencia compartiendo su conocimiento y trabajando en las mejores empresas nacionales e internacionales.



Duración

La duración promedio de un Diplomado o Certificación es de 4 a 6 meses, así podrás aplicar lo aprendido muy rápidamente y seguir creciendo profesionalmente.



Diploma

Todos nuestros Diplomados y Certificaciones tienen validez curricular.



Beneficios de la modalidad aula virtual

- **Sesiones en tiempo real**
Todas las clases son en vivo, así podrás tener una interacción con los profesores y alumnos más dinámica y enriquecedora.
- **Contenido siempre disponible:**
Podrás consultar y / o descargar el material desde plataforma en cualquier momento del día.
Además, nuestra plataforma es multidispositivo, podrás estudiar en cualquier computadora de escritorio, laptop, tableta o Smartphone.
- **Soporte técnico:**
El equipo de soporte técnico estará tu disposición en todo momento para ayudarte a resolver cualquier situación.
- **Asesoría y acompañamiento**
Podrás programar con flexibilidad, enlaces en vivo para sesiones de avance con tus tutores.
- **Diploma virtual**
Tu salud es nuestra prioridad, es por eso que al finalizar tu diplomado te entregaremos un documento digital con validez y valor curricular.

EDUCACIÓN
CONTINUA
UVM

PREPÁRATE