



Vos avanzás, tu
formación también

AMERICANA
ADVANCE



Diplomado en **Marketing Analytics**



DURACIÓN
6 MESES



CARGA HORARIA
256 HORAS



MODALIDAD
ONLINE

DESCRIPCIÓN

En la actualidad, a nivel global las compañías gastan miles de dólares en Marketing Analytics intentando optimizar las inversiones que realizan en sus páginas web y en campañas de marketing que, a su vez, les generan miles en ventas. Esta dinámica no es nueva. Lo que definitivamente ha cambiado es la cantidad de datos disponibles -y con ellos las posibilidades de análisis, interpretación y obtención de insights, facilitado por todos los nuevos medios de comunicación y las nuevas herramientas digitales. Rishi Bhandari, experto senior de la consultora McKinsey, se refiere a la oportunidad que se presenta a los profesionales del marketing de utilizar Marketing Analytics para incrementar drásticamente el retorno de la inversión (entre un 15% y 20%), lo cual representaría unos 200 millones de dólares para la industria en su conjunto, considerando que las empresas globalmente gastan en marketing aproximadamente un trillón de dólares cada año. Esto nos brinda una dimensión del impacto que Marketing Analytics puede tener no solo en la disciplina del marketing sino también en los resultados de negocio y la economía global en general.

A través de este Diplomado vas a desarrollar habilidades para dominar el proceso de Marketing Analytics en forma integral, desde la captación de tráfico hasta la fidelización de los clientes más valiosos, pasando por la activación y conversión de los mismos.

AL TERMINAR ESTE CURSO VAS A TENER:

- La capacidad de desarrollar una estrategia de Marketing Analytics para su organización, basándose en el conocimiento de elementos fundamentales de la disciplina y desarrollando la habilidad para la utilización de los frameworks (o marcos estructurados de análisis) adecuados para tal fin.
- La capacidad de analizar, evaluar, seleccionar y aplicar la/s mejor/es herramienta/s de medición de Marketing Analytics para su organización en diferentes situaciones o escenarios.
- La capacidad para planificar, modelar, implementar y medir el impacto y los resultados de negocio de una estrategia de CRM en su organización.



PERFIL DEL EGRESADO

Vas a ser capaz de crear una estrategia que te permita obtener los datos necesarios, realizar los análisis que sean requeridos para darles sentido y conseguir a partir de los mismos las respuestas que van a ayudar a mover tu negocio o el de tu empresa hacia adelante.

AUDIENCIA

- Profesionales con conocimientos y experiencia previa en marketing digital.
- Consultores externos.
- Emprendedores tecnológicos.
- Profesionales de equipos de marketing, comunicación, agencias de publicidad digital
- Cualquier persona que esté interesada en el aprendizaje de la gestión y análisis integral de datos aplicados al marketing

ESTE CURSO ES PARA VOS SI:

- De alguna u otra manera tu desempeño como profesional, empresario o consultor se verá mejorado al entender cómo los datos te permiten tomar mejores decisiones

PROGRAMA

01. ESTRATEGIA DE MARKETING ANALYTICS

- MÓDULO 1: Bases de una estrategia de Marketing Analytics
- MÓDULO 2: El tránsito del consumidor
- MÓDULO 3: Las áreas de análisis de una estrategia de Marketing Analytics
- MÓDULO 4: Cálculo de ROI y modelos de atribución

02. HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN EN MARKETING ANALYTICS

- MÓDULO 1: Fuentes de datos
- MÓDULO 2: Reputación online
- MÓDULO 3: Etiquetado web y analítica de campañas online
- MÓDULO 4: Medición de campañas online

03. CRM ANALYTICS

- MÓDULO 1: Customer Lifetime Value (CLV)
- MÓDULO 2: Online customer analytics
- MÓDULO 3: Conversión online
- MÓDULO 4: Customer Relationship Management (CRM)

04. MARKETING INTELLIGENCE

- MÓDULO 1: Recolección de información externa
- MÓDULO 2: Del dato a la información para la toma de decisiones
- MÓDULO 3: Presentación de la información
- MÓDULO 4: Implementación de Marketing Analytics



Contacto

advance@americana.edu.py

www.americana.edu.py / *8263

Av. Brasilia 1100, Asunción