

PROGRAMA VIRTUAL

# GROWTH MARKETING

96 HORAS ACADÉMICAS | 4 MESES



El programa de Growth Marketing ofrece un enfoque práctico y estratégico para impulsar el crecimiento sostenible de negocios digitales. A través de seis módulos, los estudiantes aprenderán a comprender métricas clave, optimizar el ciclo de vida del cliente, diseñar estrategias de adquisición, estructurar loops de crecimiento, y desarrollar dashboards personalizados para la toma de decisiones basadas en datos. Además, se fomenta la experimentación y un Growth Mindset, preparando a los participantes para liderar iniciativas de innovación continua en distintos sectores.

## ¿POR QUÉ ESTUDIAR EL PROGRAMA?

### COMPRESIÓN DE MÉTRICAS CLAVE:

Aprende a identificar y medir las métricas fundamentales que impulsan el crecimiento de un negocio.

### OPTIMIZACIÓN DEL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE:

Desarrolla estrategias efectivas para aumentar la retención y maximizar el valor de cada cliente.

### DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE ADQUISICIÓN:

Aprende a diseñar campañas y estrategias adaptadas a las necesidades del mercado y de los usuarios.

### FOMENTO DEL GROWTH MINDSET

Aplica una mentalidad de crecimiento, experimentación y toma de decisiones basadas en datos para impulsar la innovación continua.

## BENEFICIOS

### APRENDERÁS CON DOCENTES ESPECIALIZADOS

Profesionales con experiencia en Growth Marketing que te guiarán durante todo el proceso.

### MODALIDAD 100% VIRTUAL

El programa se adapta a tu agenda, permitiéndote estudiar sin interferir con tus otras responsabilidades.

### CERTIFICADO DIGITAL IDAT

Obtendrás un certificado digital a nombre de IDAT, **sin costo adicional**.

### SISTEMA DE EVALUACIÓN OPTIMIZADO

Evaluación final por módulo, que reduce la carga académica sin perder rigor académico.

## PRE REQUISITOS:

- **CONOCIMIENTOS BÁSICOS EN MARKETING:** Familiaridad con adquisición de clientes e indicadores clave.
- **MANEJO DE HERRAMIENTAS DIGITALES:** Experiencia con redes sociales, email marketing y Excel.
- **ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN:** Capacidad para analizar datos y optimizar estrategias de crecimiento.

## TEMARIO

### MÓDULO 1

#### FUNDAMENTOS DE GROWTH MARKETING

Introducción al Growth Marketing y sus pilares

- a. Diferencias entre Growth Marketing y Marketing
- b. Principios clave del enfoque basado en datos y experimentación

Identificación de métricas clave para el crecimiento

- a. Definición y cálculo de métricas como CAC, LTV y Churn Rate
- b. Relación entre métricas y toma de decisiones estratégicas

Cómo analizar el viaje del cliente con el marco AARR

- a. Fases: Adquisición, activación, retención, renuevo y referral
- b. Implementación del modelo AARR en estrategias de Growth Marketing

EVALUACIÓN MODULAR 1

### MÓDULO 2

#### DOMINA LA ADQUISICIÓN

Introducción a los canales de adquisición y selección según objetivos

- a. Comparación entre canales pagos, orgánicos y virales
- b. Factores para elegir el mejor canal según el tipo de negocio

Fundamentos de campañas pagadas

- a. Cómo estructurar una campaña efectiva
- b. Medición y optimización del Retorno de Inversión Publicitaria

Estrategias de adquisición orgánica

- a. Optimización para tráfico sostenible
- b. Crecimiento a través de contenido y estrategias de comunidad

EVALUACIÓN MODULAR 2

### MÓDULO 3

#### ACTIVACIÓN Y RETENCIÓN

Cómo activar usuarios con flujos de bienvenida efectivos

- a. Creación de secuencias automatizadas de onboarding
- b. Personalización de la experiencia del usuario para aumentar conversiones

Estrategias para retener usuarios y mejorar su retorno

- a. Uso de notificaciones push y email marketing para engagement
- b. Creación de programas de incentivos y recompensas

Monetización de usuarios y aumento del valor del cliente

- a. Estrategias para convertir usuarios en promotores de la marca
- b. Modelos de monetización y optimización del Lifetime Value (LTV)

EVALUACIÓN MODULAR 3

### MÓDULO 4

#### GROWTH LOOPS

Introducción a los Growth Loops y su beneficios para el crecimiento

- a. Diferencias entre Growth Loops y el modelo Funnel
- b. Cómo los Growth Loops generan crecimiento exponencial

Diseño de Growth Loops

- a. Identificación de puntos de entrada y salida en un Growth Loop
- b. Aplicación práctica en modelos de adquisición, retención y referrals

Cómo medir y optimizar Growth Loops para maximizar resultados

- a. Indicadores clave para evaluar la efectividad de un Growth Loop
- b. Casos de éxito y herramientas para implementar mejoras continuas

EVALUACIÓN MODULAR 4

### MÓDULO 5

#### ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN

Métricas clave para optimizar campañas

- a. Evaluación del rendimiento con métricas como CTR, CPA y Retención
- b. Interpretación de datos para la optimización de estrategias

Técnicas de Segmentación y Análisis de audiencias

- a. Uso de Customer Personas y cohortes para segmentación avanzada
- b. Análisis de comportamiento del usuario mediante herramientas como Google Analytics

Cómo implementar estrategias de Mejora Continua en tus campañas

- a. Metodologías de testeo: pruebas A/B y test multivariado
- b. Creación de ciclos de iteración para optimización constante

Dashboards para monitorear y mejorar tus campañas

- a. Herramientas para visualización de datos
- b. Creación de reportes automatizados para medir el impacto de Growth Marketing

EVALUACIÓN MODULAR 5

### MÓDULO 6

#### EXPERIMENTACIÓN

Importancia de la experimentación en Growth Marketing

- a. Cómo la experimentación impacta en el crecimiento de una empresa
- b. Diferencias entre optimización incremental y cambios disruptivos

Formulación de hipótesis y diseño de experimentos

- a. Método científico aplicado a Growth Marketing
- b. Definición de variables y criterios de éxito para experimentos

Análisis de resultados y ajustes

- a. Interpretación de datos post-experimento.
- b. Cómo implementar cambios basados en resultados medibles

Cultura de Growth Mindset en equipos y organizaciones

- a. Cómo fomentar la mentalidad de experimentación y aprendizaje continuo.
- b. Casos de empresas que han implementado con éxito la cultura de Growth

EVALUACIÓN FINAL