



Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones

## Curso en **GESTIONAR MÉTRICAS PARA DETECTAR OPORTUNIDADES DIGITALES**

El objetivo del curso es aprender a identificar datos tanto de la organización como de los canales digitales y así definir cuáles serán las estrategias que permitirán generar acciones de valor e impacto en el ejercicio de nuestros roles al interior de las organizaciones.

El principal desafío hoy es no sólo conocer unas métricas sino la accionabilidad de la misma dentro de un proceso o caso de negocio. Es decir, las métricas no accionables no funcionan.

**LifelongLearning UDD**

El valor de la formación sin límites

## OBJETIVOS



- Usar el modelo Togaff para enrutar los procesos de transformación.
- Conocer los datos que existen al interior de nuestras organizaciones y cómo usarlos para construir valor desde la organización.
- Identificar y leer la información que nos puedan entregar las plataformas digitales.
- Capacitar respecto al uso de herramientas digitales tanto para la comprensión de la información que canalizamos a través de la web y las redes sociales como en aquellas que nos permitan visualizar y ordenar la información.
- Desarrollar una mirada que permita al participante tomar decisiones en base a los datos.

## DIRIGIDO A



Personas interesadas en entender el valor de los datos y cómo éstos pueden ayudar a tomar decisiones de negocio que permitan impactar en procesos de venta, atención, prospección, lectura y descargas. Profesionales del área de las Comunicaciones, Diseño, Ingeniería, Marketing y Emprendedores que quieran potenciar su emprendimiento dando la real importancia a las métricas y su relevancia en el planteamiento de la estrategia y en el resultado.

## PROGRAMA

El programa consta de:

- 6 sesiones de 90 minutos de duración cada una.
- 9 horas cronológicas totales.

### MÓDULO 1 - Origen de las fuentes de datos

Mapear el origen de los datos de nuestras organizaciones y que sea este mapeo inicial el que nos permita contribuir al desarrollo de proyectos digitales o acciones de marketing a través de los distintos canales digitales.

Objetivo: Aprender a fundamentar las acciones de marketing en base al valor que entregan los datos actualmente y que esto se convierta en una buena práctica al interior de nuestras empresas.

### MÓDULO 2 - Nomenclaturas y acciones

Aprender las nomenclaturas generales en torno a los tipos de datos y análisis que se pueden desarrollar en base a las distintas métricas que entregan los canales digitales y plataformas sociales.

Objetivo: Aprender a diferenciar entre una métrica vanidosa y un dato que contribuye en un impacto real al interior de nuestras organizaciones. Por otro lado, aprender a ordenar los datos para robustecer el proceso de toma decisiones

### MÓDULO 3 - Google Analytics

Comprender el uso de Google Analytics como una herramienta para configurar las mediciones necesarias que requiere hoy una organización que está abriéndose camino hacia la transformación digital.

Objetivo: Comprender los alcances de Google Analytics y desde ahí hacer interpretaciones cómo la rentabilidad por canal, el funcionamiento de los embudos de marketing, leer el comportamiento de los usuarios a través de la navegación e interacción con los contenidos e incluso conocer el paso a paso en un proceso de compra en un sitio web.

# PROGRAMA

## MÓDULO 4 - Incorporar una Herramienta de Gestión de Clientes

Hubspot es uno de los CRM destacados dentro de la industria.

Objetivo: Que el participante pueda visualizar las fortalezas de la herramienta y la aplicación de Hubspot a las reglas de negocio que tiene la organización. De esta forma, el participante podrá detectar los ciclos de comportamiento de sus clientes, detectar las oportunidades de mayor valor y ordenar la información de sus clientes en un solo lugar.

## MÓDULO 5 - Configurar un proyecto digital

La implementación de tecnología no tiene sustento si no logramos involucrar a las personas y comprender las arquitecturas tecnológicas requeridas para que los proyectos logren llegar a buen puerto.

Objetivo: Revisión de herramientas para el diseño de viajes de clientes, construcción de contenidos y validación de iniciativas dentro de un roadmap de transformación digital.

## MÓDULO 6 - Construcción de un caso de Uso

Usando las bondades de la analítica y el potencial de una plataforma como lo es Hubspot es que desarrollaremos un caso donde el participante deberá:

- Cargar datos en Hubspot.
- Preparar un cronograma de seguimiento de actividades.
- Generar un flujo de comunicación con los datos cargados (usuarios).
- Construir un reporte inicial de medición de las actividades realizadas.

## PROFESOR



### Rodrigo Maulén.

- Periodista con 11 años de experiencia en consultoría digital.
- Actualmente se desempeña como Product Owner en San Dámaso PRT y es Director Ejecutivo de Emporio Digital.
- Está certificado en Salesforce (Marketing Cloud – Salesforce Sales Cloud – Tableau) y como Scrum Master.
- Ha realizado diversos talleres y workshops además de emprender en proyectos tecnológicos vinculados a servicios digitales e internet de las cosas.

## MODALIDAD



- 100% Online vía Zoom bajo plataforma Canvas UDD.
- Remoto Sincrónico: Clases donde alumnos y profesor se conectan simultáneamente a una clase.

## METODOLOGÍA



- Clases interactivas en tiempo real con sesiones lectivas y casos prácticos.
- Desarrollo de un trabajo colaborativo a través de la plataforma Miro

## REQUISITOS DE APROBACIÓN



- Para la aprobación del programa se exige una nota mínima de 4,0 junto con una asistencia mínima de 75%. Ambos requisitos son necesarios.
- El programa comprende la entrega de material académico de la Universidad del Desarrollo y la entrega de certificado académico a quienes aprueben el mismo.

## INFORMACIÓN GENERAL

### CLASES

Fechas: Martes 14, 21 y 28 de septiembre 2021.  
Jueves 16, 23 y 30 de septiembre 2021.

### HORARIOS:

De 18:30 a 20:00 hrs. (Hora Chile).

### MODALIDAD:

100% Online - Remoto Sincrónico.  
Vía Streaming bajo plataforma Canvas UDD.

### DESCUENTOS:

25% Alumni UDD Postgrado y Pregrado.  
Descuentos especiales para grupos de empresas.

### VALOR PROGRAMA:

\$120.000 CLP

### CONTACTO:

Teléfono: +56 225 78 3463  
E-mail: [postgradocomunicaciones@udd.cl](mailto:postgradocomunicaciones@udd.cl)

**¡Inscríbete!**

La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa, según contingencia o motivo de fuerza mayor. Así mismo, las fechas, cursos y profesores detallados en el presente programa pueden variar por motivos de fuerza mayor, y de ocurrir, será notificado oportunamente a sus alumnos.



Lifelong Learning **UDD**

El valor de la formación sin límites