



> Especialización en  
**MARKETING  
ANALYTICS  
OMNICANAL**

Inicio: 26 de septiembre

80 horas académicas

100% Online en vivo

**Horarios:** Martes y jueves

7:30pm a 10:30pm

8:30pm a 11:30pm

9:30pm a 12:30am



**Certificación :**

• **Por DMC:** Por haber aprobado la Especialización en Marketing Analytics Omnicanal



# ¿Por qué llevar esta especialización?

A la par del área comercial y de finanzas, Marketing es de aquellas en las que la data es indispensable, tanto para analizar los mercados en los que participa la empresa, como para monitorear cada una de las acciones y campañas de marketing en las que incursiona. A este propósito, la comprensión del ciclo de vida del cliente y de su proceso de conversión, aunado al manejo experto de la data, que brinde visibilidad de los panoramas actual y futuro de su comportamiento, llevan inevitablemente a la construcción una gran ventaja competitiva.

Por ello, DMC Perú presenta la **Especialización en Marketing Analytics Omnicanal**, la cual te capacitará en dos habilidades cruciales, la primera, el diseño de estrategias y campañas de marketing orientadas a maximizar la conversión de clientes en contextos de ventas omnicanal y digitales, y, la segunda, a emplear los datos que se generan en los diferentes sistemas y plataformas (como Tiktok, Meta o Google) en la producción de soluciones para medir y dar seguimiento a las iniciativas de marketing, como a tomar decisiones sustentadas en ellos.



## Requisitos

- Conocimientos sobre conceptos generales de marketing y gestión de campañas.
- Contar con una laptop o computadora de escritorio con disponibilidad de micrófono y cámara web.
- Tener instalado los softwares y herramientas señalados en la sección Contenidos.

## Dirigido a

### Líderes de marketing y emprendedores

Personas que están a cargo de equipos marketing y ventas, y emprendedores que desempeñan este rol, y buscan:

- Estrategias actuales y de tendencia orientadas a maximizar la conversión de clientes.
- Usar e integrar la data disponible en los diferentes repositorios locales y remotos de sus compañías.

### Analistas de marketing y ventas

Personas que desempeñan estos roles y buscan:

- Incorporar a sus habilidades técnicas, aquellas que les permitan tener una visión estratégica de las acciones de marketing.



# Malla Curricular

## ESTRATEGIAS PARA MAXIMIZAR VENTAS OMNICANAL

### 1. Estrategias de crecimiento enfocadas en el ciclo de vida del cliente

- El ciclo de vida del cliente (Customer Lifecycle): Descripción y propósito.
- Etapas: Captación – Crecimiento – Maduración – Retención.

- Indicadores y métricas asociados a cada etapa.

- **Taller:** Diseño de estrategias de crecimiento para cada etapa del ciclo de vida del cliente.

### 2. Estrategias de crecimiento enfocadas en Funel de ventas tradicional

- El Funel de Ventas Tradicional: Descripción y propósito.
- Etapas del funel de ventas. Awareness – Interest – Consideration – Decision.

- Indicadores y métricas asociadas a cada etapa del funel.
- Interacción Customer Lifecycle – Sales Funnel.

- **Taller:** Diseño de estrategias de crecimiento para cada etapa del funel de ventas.

### 3. Estrategias de crecimiento enfocadas en Omnicanalidad

- Omnicanalidad. Definición.
- Omnicanalidad vs. Multicanalidad.
- Metodología para diseñar estrategias multicanal.

- **Taller:** Diseño de estrategias de crecimiento enfocadas en Omnicanalidad.

## ESTRATEGIAS PARA MAXIMIZAR VENTAS DIGITALES

### 4. Estrategias de crecimiento enfocadas en el ciclo de vida del cliente

- El Funel de Ventas Digital: Descripción, propósito.
- Etapas: Awareness – Interest – Consideration – Intention – Action – Loyalty – Advocacy.
- Indicadores y métricas asociadas a cada etapa.

- **Taller:** Creación de campañas en Tiktok-Ads. Estrategias y tipos de campañas por fase del funel.

- **Taller:** Creación de campañas en Google-Ads. Estrategias y tipos de campañas por fase del funel.

- **Taller:** Creación de campañas en Meta-Ads. Estrategias y tipos de campañas por fase del funel.

## ANALYTICS FOR MARKETING

### 5. Reporte integrado de Marketing

- Introducción a Power Query con Excel. ¿Cómo trabajar con datos externos?
- Carga de datos locales y remotos: web, drives y fuentes API.
- Transformación básica de datos con Power Query. Creación de columnas calculadas y uso de funciones para números, textos y fechas.

- **Taller:** Implementación de Funel de ventas en Excel basado en datos externos.

- **Taller:** Importación de métricas desde Tiktok Ads API en Excel. Diseño de un Dashboard.

- **Taller:** Importación de métricas desde Google-Ads API en Excel. Diseño de un Dashboard.

- **Taller:** Importación de métricas desde API Graph (Meta) en Excel. Diseño de un Dashboard.

- Introducción a Power BI para el Diseño de Dashboards de Marketing.

# Malla Curricular

## FRIENDLY DATA SCIENCE FOR MARKETING

### 6. Introducción a Data Science for Marketing

- Fundamentos de Data Science. Aprendizaje Supervisado vs. No supervisado.
- Identificación de oportunidades para aplicación de ciencia de datos en marketing.
- Metodología CRISP-DM para desarrollo de proyectos de ciencia de datos.
- Evaluación de impacto de proyectos de machine learning. Despliegue de modelos predictivos (descriptivo), equipos involucrados y gestión del cambio hacia la cultura Data-Driven.

### 7. Proyectos de Data Science para Marketing

- **Taller:** Diseño de un proyecto de segmentación de clientes con Orange software.
- **Taller:** Diseño de un modelo de estimación de propensión de compra con Orange Software.

- **Taller:** Diseño de un modelo de estimación de probabilidad de fuga de clientes con Orange Software.

## Metodología DMC



### Aprende Haciendo

Desarrolla casos con datos reales, incluso puedes proponer casos de tu propio sector.



### Clases en Vivo

El 100% de las clases que se desarrollan en el programa son en vivo.



### Asesoría Académica

Resuelve tus dudas con el asistente académico en línea.



### Plataforma E-learning

Accede en cualquier momento a materiales complementarios: videos, clases grabadas, etc.

# Docente Experto

Aprende con los líderes de las mejores empresas de Latam.



**Leslie Lugo**  
Analytical Lead en  
**Google**

Analista de Negocios con amplia experiencia en implementación de proyectos analíticos en empresas líderes en tecnología, telecomunicaciones y banca. Ingeniería estadística por la Universidad Nacional de Ingeniería, Magister en Marketing por ESAN. Actualmente se desempeña como Analytical Lead en Google, a cargo de la relación con los principales anunciantes donde ayuda a lograr objetivos a través de la analítica e integración de datos.

\*En caso de contingencias podría cambiar alguno de los docentes por otro profesional de similar perfil.

## ¿Qué certificado obtendrás?

- Certificado por aprobación de la Especialización en Marketing Analytics Omnicanal, por un total de 80 horas académicas.





# ¿Por qué elegirnos?



Somos los primeros en Perú en apostar por el desarrollo de profesionales y empresars en data & analytoics con más de 15 años de experiencia.



Las empresas worldclass de Latam confían en nosotros para acompañarlas en su transformación hacia el enfoque data driven.



Nuestros docentes son destacados expertos en data & analytics que lideran equipos de alto rendimiento en las empresas más grandes de Latam.



Nuestra metodología "Aprende haciendo" ha logrado que nuestra comunidad de +25K profesionales en todo Latam mejoren su situación laboral.



Tenemos el portafolio más completo con +150 capacitaciones sincrónicas y asincrónicas que se ajustan a diferentes perfiles y niveles de conocimiento.





[www.dmc.pe](http://www.dmc.pe)