

Programa: Estrategia de Growth Hacking para activar usuarios

Módulo 1: Estrategia de activación de usuarios

Unidad 1: Conceptos generales

- 1.1.1 4 formas de activar usuarios. Repaso general
- 1.1.2 Definición de la forma de activación adecuada
- 1.1.3 Métrica de activación
- 1.1.4 Listas de retargeting

Unidad 2: Re-engagements

- 1.2.1 ¿Qué son?
- 1.2.2 Cómo y dónde activar una acción de re-engage
- 1.2.3 Tipos de acciones de re-engage
- 1.2.4 Herramientas para generar acciones de re-engage

Módulo 2: Content Marketing

Unidad 1: Activación de usuario con contenido

- 2.1.1 Marketing de contenidos: ¿cómo escribir contenido efectivo?
- 2.1.2 Copywriting, storytelling
- 2.1.3 Email Marketing Hacks
- 2.1.4 Herramientas para identificar contenido relevante. Generación de contenido (infografías, ebooks, compra de contenido)

Unidad 2: Influencers

- 2.2.1 ¿Qué son los influencers?
- 2.2.2 Cómo y dónde identificar influencers
- 2.2.3 Métricas que definen un influencer
- 2.2.4 Estrategias para activar influencers

Módulo 3: Estrategias de Hack en propiedades digitales

Unidad 1: Elementos de propiedades que convierten

- 3.1.1 A/B testing process
- 3.1.2 Landing Pages. Herramientas (Unbounced, etc.)
- 3.1.3 Call to action (CTA)
- 3.1.4 Onboarding

Unidad 2: MustHave de una landing page

- 3.2.1 Cómo generar y mostrar testimoniales
- 3.2.2 Videos explicativos. Herramientas para generación de videos (wideo, y más)
- 3.2.3 Chat. Donde y con qué Triggers. Herramientas de chat
- 3.2.4 Barras de engage. Herramientas

Módulo 4: Estrategia de Lead Nurturing

Unidad 1: Conceptos generales

- 4.1.1 ¿Qué es un proceso de Nurturing?
- 4.1.2 ¿Cómo crear una estrategia de lead nurturing?
- 4.1.3 Cómo mapear contenido para cada etapa del funnel
- 4.1.4 Herramientas para generar un proceso de lead nurturing

Unidad 2: Nurturing Multicanal

- 4.2.1 ¿Qué significa multicanal?
- 4.2.2 Mejores prácticas de nurturing multicanal
- 4.2.3 Cómo alinear contenidos en el multicanal, segmentación de bases multicanal
- 4.2.4 Herramientas para activación de nurturing

Bibliografía

Patel, N. (2013). *The Definitive Guide to Growth Hacking*. Recuperado de: <https://www.quicksprout.com/the-definitive-guide-to-growth-hacking/>.

Kissmetrics. (2013): *100 conversion optimization case studies* [Entrada en un blog]. Recuperado de <https://blog.kissmetrics.com/100-conversion-optimization-case-studies/>

Mullin, S. (2016). *6 User Onboarding Flow Examples (with Critiques)*. Recuperado de: <http://conversionxl.com/6-user-onboarding-flows/>

Hatfield T. (2015). *The top 10 SaaS pricing strategies*. Recuperado de <https://www.inturact.com/blog/the-top-10-saas-pricing-strategies>.

O'Connel, B. (2015). *Content marketing done right*. Artículo publicado en <https://thebitterbusiness.com/2015/10/15/content-marketing-done-right/>

Armitage P. (2015). *Copywriting Lessons From Companies Doing It Right* [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://blog.hubspot.com/marketing/copywriting-lessons#sm.000009qx8agqz8f27yr6awpk2fud9>

Valles J. (2015). *15 Hacks to Write Headlines That Will Send You More Traffic Today* [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://blog.contentmarketer.io/headline-writing/>

Tapinfluence.com. (s.f.). *The future of influencer marketing* [Página web].

Zaydman S. (2015). *7 Lead Nurturing Secrets To Turn Strangers Into Customers* [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://blog.autopilotHQ.com/lead-nurturing-secrets/>

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

- Incorporar una serie de estrategias y tácticas específicas para la creación de un plan de acción aplicado a la activación de usuarios nuevos y de base de datos anteriores.

Objetivos específicos

- Conocer las herramientas de re-engage disponibles y su alcance para incorporarlas correctamente en el proceso de activación para alcanzar los objetivos.
- Incorporar estrategia de *influencers* y content marketing y su posterior aplicación y bajada práctica a ebooks, whitepapers, infografías.
- Aprender la técnica de a/b testing y herramientas disponibles para su posterior aplicación en todo tipo de propiedades y activos digitales. (landingpages, calltoaction, etc.).

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.
- Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Capacidad de identificar e implementar las tácticas adecuadas para activar usuarios dentro del funnel de conversión.