

Programa especializado

En español

100% en vivo

Colectivo<sup>23</sup>

# Growth Marketing

Potenciado con:



Data  
Analytics



Storytelling



Inteligencia  
Artificial



🕒 64 horas de  
aprendizaje

# Índice

1.

**¿Qué es Growth Marketing?**  
¿Qué hace un Growth Marketer?

2.

**Temario**  
Conoce los contenidos del programa.

4.

**Practitioners e Inspiration Shots**  
Descubre quiénes te enseñarán.

5.

**¿Quiénes somos?**  
Qué dicen algunos talentos de la región.

6.

**¿Cómo acelerar tu carrera profesional?**  
Requisitos para graduarse.

7.

**Inversión**  
Modalidades de pago.



# ¿Qué es Growth Marketing?



Significa **crecer un negocio de manera rápida y sostenible**.



Generar **estrategias de crecimiento** exponencial basadas en datos.



**Iteración rápida:** experimentar y optimizar para generar impacto y escalar resultados.

## ¿Qué hace un Growth Marketer?

### - **Diseñar y ejecutar experimentos:**

Planificar diferentes estrategias para mejorar el rendimiento en áreas clave como adquisición, activación y retención de clientes.

### - **Analizar datos:**

Utilizar herramientas de análisis para evaluar el impacto de sus acciones y ajustar la estrategia en tiempo real.

### - **Colaborar con equipos multifuncionales:**

Trabajar con áreas de producto, ventas y desarrollo para asegurar que las estrategias de crecimiento se alineen con los objetivos del negocio.

### - **Optimización del funnel:**

Identificar cuellos de botella en el proceso de conversión y ajustar para maximizar el valor de cada cliente.

# 65%

de ejecutivos consideran que el crecimiento empresarial depende de la capacidad de experimentar y optimizar estrategias con rapidez. **Aprende a desarrollarlas con Growth marketing.**

*Fuente: McKinsey*



# Temario

## ¿Qué aprenderás en este programa especializado?

Setting the stage		1. Primera sesión donde tendrás tu Inshot inicial y descubrirás por qué es una experiencia única de aprendizaje.	
<h3>1. Fundamentos de Growth Marketing</h3> <p>Potenciado con:</p> 	<p>El pasajero va a <b>comprender los principios del Growth Marketing.</b></p>	2. Introducción al track	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es Growth Marketing?</li> <li>- ¿Qué hace un Growth Market?</li> <li>- Cultura growth</li> </ul>
		3. Los cuatro encajes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Market &lt;&gt; product fit</li> <li>- Product &lt;&gt; channel fit</li> <li>- Model &lt;&gt; channel fit</li> <li>- Market &lt;&gt; model fit</li> </ul>
		4. Funnel pirata AAARRR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Awareness</li> <li>- Adquisición</li> <li>- Activación</li> <li>- Retención</li> <li>- Revenue</li> <li>- Referrals</li> </ul>
		5. Métricas clave	<ul style="list-style-type: none"> <li>- North Star Metric (NSM)</li> <li>- ¿Cómo la identificamos?</li> <li>- One Metric that matters (OTM)</li> <li>- Diferencias entre NSM y OTM</li> <li>- OKR vs KPI</li> </ul>
		<h3>2. Experimentación</h3> <p>Potenciado con:</p>  	
		7. Generación de ideas e hipótesis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de Brainstorming</li> <li>- De ideas a hipótesis</li> <li>- ¿Qué necesitamos validar?</li> <li>- Opportunity Solution Tree</li> </ul>
		8. Técnicas de priorización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de priorización</li> <li>- Matriz ICE</li> <li>- Matriz impacto - esfuerzo</li> <li>- Diseñando experimentos</li> </ul>
		9. Experiment Card	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esquema de experimentación</li> <li>- Tamaño de una muestra</li> </ul>
		10. Analizando resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los resultados</li> <li>- Los sesgos que no vemos</li> <li>- ¿Qué hacemos según el resultado?</li> <li>- Elementos clave para el éxito</li> </ul>
<h3>Workshop 1: Google Analytics</h3>		11. Explora Google Analytics	Comprender qué es Google Analytics 4 (GA4) y su importancia como herramienta de análisis
<h3>3. Domina la adquisición</h3> <p>Potenciado con:</p> 	<p>Comprenderás los principales <b>conceptos de adquisición</b>, desarrollará lead magnets para la empresa y <b>aplicará estrategias de drip marketing.</b></p>	12. Product y channel fit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los cuatro encajes de Balfour</li> <li>- Los canales de adquisición</li> <li>- Channel matrix</li> </ul>
		13. Metodología inbound	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buyer persona</li> <li>- Buyer's journey</li> <li>- Content marketing e inbound</li> </ul>
		14. Estrategias de adquisición	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las 4 L's de una estrategia de adquisición</li> <li>- Tácticas de lead capture</li> <li>- Crear lead magnets</li> </ul>
		15. Funnel de conversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Funnel de conversión</li> <li>- Las etapas del funnel y el rol de cada equipo</li> <li>- Métricas relevantes para embudos de conversión</li> </ul>
		16. Optimización en los motores de búsqueda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimización en motores de búsqueda</li> <li>- Métricas para medir SEO</li> <li>- Herramientas para palabras clave</li> </ul>
		17. Performance branding y campañas publicitarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cómo medimos el performance branding?</li> <li>- Campañas publicitarias</li> <li>- Journey-Based Advertising</li> <li>- Gestión y optimización de anuncios</li> </ul>
<h3>Workshop 2: Mid Review</h3>		18. Prepare Mid Review	Revisión de avance de proyecto grupal que se presentará a un jurado al final del programa.



Mid Review		19. Mid Review	Presentación del avance del proyecto.
<h2>4. Activación y retención</h2> <p>Comprenderás el concepto de activación y su impacto en el <b>funnel de ventas</b> y aplicarás <b>estrategias efectivas para activar y retener clientes.</b></p>		20. Diseña el journey de un usuario a través del funnel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activación y aha moment</li> <li>- ¿Cómo se ve el funnel de conversión?</li> </ul>
		21. Herramientas y diseño del camino hacia la activación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El camino de la experimentación acelerada</li> <li>- ¿Cómo minimizar fricciones?</li> </ul>
		22. Recuperación y automatización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temperaturas de tráfico</li> <li>- Estrategias de embudo</li> <li>- ¿Qué es retargeting o remarketing?</li> <li>- ¿Qué es un CRM?</li> <li>- ¿Qué es una automatización?</li> </ul>
		23. Introducción a la retención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CAC: Cost of Customer Acquisition</li> <li>- Clientes ¿Cómo clasificamos a nuestros clientes?</li> </ul>
		24. Técnicas, casos y Modelo Hooked	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Curvas de retención</li> <li>- Fases de la retención</li> <li>- Modelo Hooked</li> </ul>
		25. Clientes y análisis de la retención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos y segmentación de clientes</li> <li>- Indicadores y métricas claves</li> </ul>
<h2>5. Growth Loops</h2> <p>Potenciado con:</p> 	<p>Comprenderás el <b>funcionamiento de los Growth Loops</b> dentro del funnel, <b>aplicarás frameworks</b> centrados en los usuarios para implementar estos loops, desarrollarás una actitud hacia <b>implementación y optimización de los Growth Loops.</b></p>	26. Growth loop como estrategia	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El proceso de Growth Loop</li> <li>- Tipos de loops</li> <li>- Framework: Growth Machine</li> </ul>
		27. Entender la psicología del usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo Growth X</li> <li>- Psicología del usuario</li> <li>- Framework: ELMR</li> <li>- Framework: User Psychology map</li> </ul>
		28. Growth Loops para la Adquisición	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Loops de adquisición</li> <li>- Técnicas y ejemplos de loops</li> <li>- Modelado paso a paso</li> <li>- Coeficiente de viralidad</li> </ul>
		29. Loops de retención y engagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de Loops de retención</li> <li>- ¿Cómo implementar engagement loops?</li> <li>- ¿Cómo impactan los engagement loops?</li> <li>- ¿Cómo medir los engagement loops?</li> </ul>
<h2>6. Análisis y optimización</h2> <p>Potenciado con:</p>  	<p>Comprenderás los resultados del negocio a través del <b>análisis situacional</b>; aplicará <b>métricas relevantes como el CAC, ARPU y LTV</b> para evaluar el desempeño y las oportunidades de crecimiento.</p>	30. Introducción al análisis situacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer Acquisition Cost (CAC)</li> <li>- Average Revenue Per User (ARPU)</li> <li>- Lifetime Value (LTV)</li> </ul>
		31. Desarrollo análisis situacional CAC, ARPU, LTV	<ul style="list-style-type: none"> <li>- impacto en el crecimiento del negocio</li> <li>- sostenibilidad a largo plazo</li> <li>- análisis financiero para optimizar la rentabilidad</li> <li>- crecimiento del negocio.</li> </ul>
		32. Optimización y growth model	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo de datos y su importancia en el análisis</li> <li>- Toma de decisiones para el crecimiento empresarial</li> <li>- Implementación de modelos de datos para la optimización y crecimiento de la empresa.</li> </ul>
		33. Preparación Proyecto Final	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender los principios del Growth Model</li> <li>- Desarrollar un análisis situacional que permita identificar oportunidades de crecimiento a largo plazo</li> <li>- Estrategias para maximizar el rendimiento del negocio.</li> </ul>
<b>Final Pitch</b>		34. Final Pitch	Presentación final grupal a un jurado de líderes en growth con feedback en vivo.
<b>Graduación</b>		35. Ceremonia de Graduación	Ceremonia virtual y reconocimiento a primeros puestos.

## Inspiration Shot: Charlas maestras con experiencias y conocimientos de las mejores empresas del mundo



**Anne Bonneville** 🇵🇪

E-Key Account Manager en L'Oréal Perú

**+10 años de experiencia digitalizando la belleza en L'Oréal.**

Actualmente desarrolla el canal e-commerce de las marcas de consumo masivo en Perú. Anteriormente asumió posiciones de digital project manager.



**Thalia Dorronsoro** 🇵🇪

Design LEAD en Victoria Lab

**+10 años de experiencia en Service Design.**

Ha participado en proyectos de innovación y diseño enfocados al usuario para el desarrollo de servicios, marcas y productos.

## Tus practitioners: Te enseñarán profesores de talla mundial que lideran grandes proyectos



**Fausto Liñan** 🇵🇪

Head of Growth en Cabify

Su experiencia lo valida como docente para guiar tu viaje de aprendizaje.



**Dafne Cisneros** 🇵🇪

Sr. Marketing Manager Visa

Ex-Growth Marketing Manager Nubank. Ex-Head of Marketing Mercado Crédito en Mercado Libre.



**Federico Teyssandier** 🇦🇷

Campaign Manager en Binance

Ingeniero industrial +15 años de experiencia en diversas áreas para importantes empresas multinacionales. Ex Digital Account Marketing en Adidas



**Juan Padilla** 🇨🇴

Global Product Manager en Clara

Ingeniero Industrial con más de +10 años de experiencia en formulación, gestión y evaluación de proyectos digitales dentro de inteligencia de negocios en diversas industrias.

**Always Iterative!** En Colectivo23 buscamos que nuestros Pasajeros tengan siempre la mejor experiencia de aprendizaje; por ello, el orden y nombre de los temas de los Módulos, así como los Practitioners podrían ajustarse durante la Ruta. Siempre buscaremos brindarte la mejor calidad de aprendizaje.



Esta es la **escuela ejecutiva** que acelera tu carrera profesional.



Líderes de las mejores empresas confían en nosotros:



“Es una experiencia alucinante muy centrada en nosotros, los que estamos aprendiendo se preocupan en que sea una **clase dinámica, que no solo sea teórica**”.

**Cristina Bonilla**  
Product Owner en **Sanna**



“Hubo un cambio muy importante en mi carrera. Pasé de una empresa importante en México a una **empresa con presencia en 18 países de Latinoamérica**”.

**Abraham Nava**  
Analista en **FEMSA México**



“Nunca había realizado la **parte experimental** de estos temas de esta manera, me llevo **muchísima información valiosa**. Los practitioners lo hicieron mucho más fácil de digerir”.

**Stefania Gandarilla**  
Marketing Manager en **Kigo**

Súmate a la **comunidad** que reúne al mejor talento de la región.



# Aprende, aplica y crece como profesional

## Clases vía Zoom 100% en vivo

Además, tendrás acceso a los videos y presentaciones después terminado el programa.



## Metodología práctica y aplicable

Aprende y aplica desde tus primeras sesiones. Potencia tu performance en tu trabajo.



## Contenido co-creado con expertos

Contamos con líderes globales que han diseñado cada sesión pensando en lo que el mercado y el mundo necesita.



## Casos reales y proyectos ante jurado

Compartirás las sesiones con profesionales de las mejores empresas.



## Certifica todo lo que aprenderás



## Requisitos

- Asistir a tus sesiones. Tienes un máximo de 6 faltas.
- Participar activamente en tus sesiones: enciende tu cámara, tienes el chat para consultar.
- Aprobar los exámenes de cada módulo y proyecto grupal final.

**En pocas palabras, invierte en aprender nuevas habilidades y aplicarlas desde el día 1.**

# Acelera tu carrera profesional

## Inversión



**\$ 6,400 MXN**

Monto mensual en un  
plan de 4 cuotas, o

**\$ 25,600 al contado**



**S/ 1,300 PEN**

Monto mensual en un  
plan de 4 cuotas, o

**S/5,200 al contado**



**\$1,575,000 COP**

Monto mensual en un  
plan de 4 cuotas, o

**\$6,300,000 al contado**



**\$ 358 USD**

Monto mensual en un  
plan de 4 cuotas, o

**\$ 1,430 al contado**

### Formas de pago

- Paga con tarjeta de crédito o débito
- Transferencia bancaria
- Meses Sin Intereses

VISA



BCP



AMERICAN  
EXPRESS

BBVA

Interbank

Pago 100% seguro: tus datos están protegidos por nuestro sistema de seguridad.

**Colectivo<sup>23</sup>**

