

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

USER EXPERIENCE

DESCRIPCIÓN GENERAL

¿Pueden el marketing y UX trabajar juntos hacia un objetivo común?

Ya que la función principal del marketing es venderle al cliente y la función principal de UX es satisfacer las necesidades del cliente, es importante que una marca sepa gestionar armoniosamente ambas disciplinas.

Cuando se desarrolla la presencia online de una marca, los profesionales de marketing y UX necesitan explicar claramente cómo un producto o servicio ofrece valor al cliente utilizando interfaces de usuario interactivas. Para lograr ello, es importante conocer cómo aplicar los principios del diseño de interacción y los patrones de diseño usados hoy con éxito en el marketing digital.

Sin embargo, la correcta articulación de este tipo de comunicación interactiva del marketing representa un gran reto debido a nuevas variables que están modificando al marketing como lo conocíamos antes, tales como la presencia de múltiples dispositivos digitales (muchos de ellos móviles) en el recorrido de la decisión de compra del consumidor, la velocidad con la que los consumidores evalúan la credibilidad de una marca en Internet o el empoderamiento que los consumidores tienen hoy, lo que los hace esperar la mejor una excelente experiencia pre y post compra o identificar velozmente en qué invertir su tiempo y atención.

Dicho esto, este curso profundiza en conceptos como diseño de interacción, arquitectura de información, arquitectura de persuasión, responsive web design, diseño centrado en la conversión y en el usuario, psicología cognitiva, psicología de la emoción y la confianza, todo esto orientado a un buen desempeño del marketing digital.

DIRIGIDO A

El curso tiene dos públicos importantes: los profesionales de marketing que buscan comprender y gestionar equipos de UX, y los profesionales de UX que necesitan saber cómo crear canales de marketing interactivos (webs o apps) que ayuden a las marcas a lograr sus objetivos de negocio.

OBJETIVOS

Objetivo general

Identificar y aplicar los principios del diseño de interacción para aprovecharlos en la construcción de la presencia digital de una marca a través de sitios web, landing pages o apps, usando principios de psicología (cognición, emoción y persuasión) e incorporando la metodología del Diseño Centrado en el Usuario (DCU).

Objetivos Específicos

- Descubrir y entender los deseos, necesidades y limitaciones de los usuarios de sitios web y aplicaciones mediante la investigación de usuarios.
- Entender los procesos cognitivos que operan cuando los usuarios y consumidores interactúan con una plataforma digital.
- Conocer cómo la simplicidad puede beneficiar al marketing digital a través de una mejor redacción, diseño visual, interacción.
- Brindar la metodología del diseño centrado en el usuario como el patrón principal para desarrollar mejores canales de marketing.
- Conocer las mejores prácticas para la gestión de proyectos UX, como el prototipado, pruebas de usabilidad, eye tracking, etc.

METODOLOGIA

El método de enseñanza busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones, mediante el desarrollo de trabajos aplicativos, los controles de lecturas. La participación en clase y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

La metodología del curso es eminentemente práctica y aplicada girando alrededor de un trabajo aplicativo (a realizar en grupos de 4 o 5 participantes), basado en la elaboración de un plan de social media de acuerdo a los conceptos desarrollados en el curso. Los grupos de trabajo serán conformados al inicio del curso, presentarán sus avances semanalmente (uno o dos grupos) para la discusión general, y expondrán sus trabajos finales el último día del curso.

TEMARIO

- Introducción a UX para marketing
- ¿Para qué sirve el Marketing Digital?
- Investigación de usuarios
- Principios del diseño de interacción.
- Entornos móviles y multidispositivos.
- Arquitectura de información e entornos móviles.
- Procesos cognitivos involucrados en el marketing digital.
- Prototipos y diseño visual.
- Métodos de evaluación del diseño: estudios de usabilidad y eye tracking
- Diseño para emoción y confianza.
- Arquitectura de persuasión.
- Home pages y Landing Pages
- Interacción móvil
- Propuesta de valor
- Simplicidad, relevancia y claridad
- Redacción para vender más e interacción
- Medición de la experiencia de usuario: métricas y KPIs
- ROI de UX aplicado al marketing
- Gestión de equipos UX
- Institucionalización de UX
- UX y marketing de contenidos

EXPOSITOR: Diego Alonso Serkovic Corpancho

El profesor Serkovic es Magister en Administración Estratégica de Empresas, Centrum Católica Business School, Lima, Perú. Magister en Liderazgo, EADA Business School, Barcelona, España. Bachiller en Administración y Gestión de empresas, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú. Técnico en Marketing Empresarial. Instituto del Sur, Arequipa Peru. Miembro de la sociedad Beta Gamma Sigma, especialista en Marketing Digital por la universidad de Illinois y en Seo y estrategias de posicionamiento en buscadores por la universidad de California.

En relación a su experiencia profesional, cuenta con más de 12 años de experiencia ejecutiva en el área de Marketing y Comercial en empresas nacionales y transnacionales dentro de los sectores de consumo masivo, servicios y medios de comunicación. Se desempeña como Gerente de Marketing en Cabify, se desempeñó como Gerente de Operaciones y finanzas y gerente de marketing en Semana Económica, fue Jefe de producto para Grupo El Comercio y Confiperú. Jefe de Marketing de la región Sur del Perú para Shell. Cuenta con experiencia docente en universidades del Perú, como son la Universidad Nacional Peruana de Ciencias Aplicadas y La Universidad San Pablo de Arequipa.

Actualmente es Gerente de Marketing en Cabify y socio fundador del Club del Gourmet. Profesor en el Área Académica de Marketing en CENTRUM Católica Graduate Business School, Profesor de Marketing Digital en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: JUEVES