

CURSO

ANALYTICS PARA MARKETING Y CRM PARA POTENCIAR TUS VENTAS

CASOS PRÁCTICOS PARA PROFESIONALES DEL SECTOR, DESDE CERO

DIRIGIDO A

Profesionales que buscan estar siempre a la vanguardia y en su empresa ya están buscando **Data Scientists**.

Quieren estar vigentes en los nuevos enfoques que tomará su empresa en relación al uso de datos para la toma de decisiones y quiere ser un participante activo, además de poder intervenir y aportar en esta línea.

Quieren implementar analítica en sus procesos de marketing, ventas y con su CRM, pero no saben por dónde empezar ni de qué casos de éxito guiarse.

Tienen mucha data a su disposición pero no saben por dónde empezar.

¿Te suena familiar?

Pues este es el curso que necesitas y, lo mejor de todo, **no te solicitamos conocimientos mínimos** para participar. Solo experiencia previa en **marketing, ventas, postventa, gestión de clientes** o un área relacionada de **mínimo 1 año**.

CURSO

Este curso dura **15 horas** en total y está dividido en **6 sesiones de 2:30 horas** cada una.

Empieza en 2 teóricas dictadas por profesionales del sector y la academia en conjunto para fortalecer los conceptos que se trabajarán en las sesiones prácticas.

Luego, contarás con 4 sesiones prácticas con casos reales donde no solo aplicarás los modelos más utilizados en **marketing, gestión de clientes y ventas**, sino que luego de obtener los resultados e insights, tomarás decisiones al respecto.



HORARIO

Martes y jueves de
19:30 a 22:00 hrs

15 horas



SEDE

Calle Jose Toribio Polo 327
Oficina 403
Miraflores
(esquina con Av. del Ejército)



ANALYTICS PARA MARKETING Y CRM PARA POTENCIAR TUS VENTAS
CASOS PRÁCTICOS PARA PROFESIONALES DEL SECTOR, DESDE CERO

INVERSIÓN

S/ 1250.00



LABORATORIO CON
COMPUTADORAS



CERTIFICADO A NOMBRE
DE HACK SPACE PERÚ

Inscríbete depositando o haciendo una transferencia en:



Cuenta Corriente Soles
N° 193-2347519-0-11
CCI 002-193-002347519011-14



Cuenta Corriente Soles
N° 200-3001836542
CCI 003-200-003001836542-36

A nombre de **Asociación Hack Space Perú**
RUC: 20566443181

Envía la foto del voucher o la constancia de transferencia a contacto@hackspace.pe

Incluyendo la siguiente información:

- Nombre completo (como aparecerá en el certificado)
- Número de DNI o RUC (boleta o factura)
- Número de celular
- Correo electrónico



(+51) 963 388 831



contacto@hackspace.pe

www.hackspace.pe/boost

boost

ANALYTICS PARA MARKETING Y CRM PARA POTENCIAR TUS VENTAS
CASOS PRÁCTICOS PARA PROFESIONALES DEL SECTOR, DESDE CERO

CONTENIDO I

SESIÓN 1 y 2 - SESIONES TEÓRICAS

¿Qué es CRM?

Conoceremos los puntos más importantes a considerar del Customer Relationship Management. No necesariamente porque se cuente con un software específico, sino porque existe una estrategia definida en la empresa y procesos correctamente gestionados en el **área comercial, marketing y servicio postventa**.

Procesos y obtención de datos

Aprenderemos las mejores estrategias para medir nuestros procesos: ¿qué se mide?, ¿qué se puede medir mejor?, ¿qué cosas nuevas se pueden medir?

Asimismo, veremos los tipos de datos con los que se trabaja y cómo podemos ordenarlos y aprovecharlos mejor.

Infraestructura de data

Hay distintas estrategias que se pueden tomar, según el tamaño de la data con la que se va a trabajar. Conoceremos sobre Data Lakes, herramientas de bases de datos y cómo tener data accionable (tablas de clientes).

CONTENIDO II

SESIÓN 1 y 2 - SESIONES TEÓRICAS

Métricas

Diferenciaremos a la medición con la métrica y las características de una buena métrica. Luego, conoceremos las métricas más utilizadas para CRM, así como el alineamiento de métricas para poder hacerlas visibles. Finalmente, hablaremos sobre la **OMTM** (One Metric That Matters).

Data literacy y toma de decisiones con datos

¿Cómo leer, procesar, analizar y argumentar con datos? Para empezar a entender la data existen gráficos y estrategias que estudiaremos como las más utilizadas.

Analytics

Conoceremos sobre analítica descriptiva y predictiva. Adicionalmente, aprenderemos sobre los modelos más utilizados en CRM, especialmente los relacionados a los 4 casos prácticos que trabajaremos más adelante en el taller.

Desplegando Analytics en la Empresa

Terminaremos esta sesión conociendo sobre los perfiles necesarios para poder contar con un área de analítica en una empresa y cuáles son sus funciones.

CONTENIDO III

SESIÓN 3 - FUGA DE CLIENTES

Caso: Retail o Ecommerce

Caso práctico para conocer cuando un cliente está por dejar de serlo.

SESIÓN 4 - BASKET MARKET ANALYSIS

Caso: Netflix

Caso práctico para recomendar productos a un cliente.

SESIÓN 5 - CLUSTERING DE CLIENTES

Caso: Historial de Compras de Clientes

Caso práctico para segmentar campañas y reforzar el comportamiento de clientes

SESIÓN 6 - SCRAPPING DE REDES SOCIALES Y ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

Caso: McDonalds

Caso práctico para saber lo que los clientes piensan de nuestra empresa o producto.

*Se utilizará Python para el desarrollo de los modelos, pero no es necesario que el participante conozca del lenguaje.

CONTENIDO IV

ESTRUCTURA DE LAS SESIONES PRÁCTICAS

A) Presentación del caso a trabajar

Conoceremos un poco más sobre la problemática, los datos que se tienen y cuál es el objetivo de la sesión.

B) Desarrollo del Notebook

Realizaremos todo el proceso desde análisis y procesamiento de los datos, hasta el desarrollo del modelo.

C) Análisis del modelo, insight y oportunidades

Analizaremos lo obtenido con el modelo para evaluar las oportunidades de aplicación en el negocio.

D) Planeamiento para medición de acciones y resultados

Conoceremos cómo medir las acciones y resultados cuando el modelo esté siendo utilizado.

E) Toma de acciones y reconocimiento de nuevas métricas

Finalmente definiremos las acciones que debemos tomar con los resultados obtenidos y evaluar nuevas oportunidades para obtención de métricas y datos.

DOCENTES



Adrián Torrejón

Jefe de Mambo Analytics con experiencia en el desarrollo e implementación de soluciones de negocio centradas en el usuario a través de análisis estadístico de datos, modelos analíticos predictivos, herramientas de automatización de procesos, dashboards y KPIs de gestión del cliente.

Pilar Hidalgo

Investigadora y docente en múltiples universidades del país. Candidata a **PhD en Minería de Datos** con la PUCP. Master en Ingeniería Computacional y Sistemas Inteligentes de la Universidad del País Vasco. MBA de EUDE, Madrid. Master en Docencia Universitaria y profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Andina del Cusco.



James Valencia

Especialista en Machine Learning de Hack Space Perú. Cuenta con amplia experiencia en analítica de datos, modelos de predicción y elaboración de KPIs para ejecutar proyectos de tecnología. Actualmente es entrenador principal de los cursos que dictamos en Data Science.

DOCENTES DE APOYO

Para el correcto desarrollo de las sesiones prácticas, nuestro equipo de Data Scientists es crucial. Especialmente para la **guía y ayuda personalizada** a cada participante.

Es por esto que no debes preocuparte si no cuentas con conocimientos de programación o conceptos de big data o data science, ya que el material preparado y nuestro equipo de data scientists te acompañarán de manera adecuada durante el desarrollo del curso.

Pablo Benavides

Uno de los facilitadores principales de Hack Space Perú en Data Science y alumni de nuestra comunidad. Ha culminado el Data Scientist Career Track de DataCamp y dictado diversos cursos como parte de nuestro equipo.

Martín Chiri

Bachiller de Computación Científica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facilitador de Hack Space Perú en Data Science y alumni de nuestra comunidad. Ha dictado previamente en nuestro Taller de Introducción a Data Science.