

Programa especializado

Colectivo<sup>23</sup>

En español

100% en vivo

# Brand & Content Strategy

Potenciado con:



Data Analytics



Storytelling



Inteligencia Artificial



🕒 64 horas de aprendizaje

# Índice

1.

## **¿Qué es Brand & Content Strategy?**

¿Qué hace un especialista en Brand & Content Strategy?

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 Brand & Content Strategy?



Es una estrategia que se centra en la **creación y distribución de contenido valioso**.



Ayuda a las empresas a **construir relaciones sólidas con su público**.



**Impulsa acciones rentables** por parte de los clientes, como la compra de productos o la lealtad a la marca.

## ¿Qué hace un especialista en Brand & Content Strategy?

### - **Planificar y crear contenido:**

Desarrolla una estrategia de contenido alineada con los objetivos del negocio, identificando los formatos y canales más efectivos para llegar a la audiencia.

### - **Distribuir y optimizar:**

Asegura que el contenido se publique en los canales adecuados y lo optimiza para obtener el máximo impacto en términos de visibilidad y engagement.

### - **Medir y analizar resultados:**

Utiliza métricas como el tráfico web, las conversiones y el engagement para evaluar el rendimiento del contenido y ajustarlo para futuras campañas.

### - **Fomentar la relación con la audiencia:**

IA través del contenido, busca educar, inspirar y convertir a los usuarios en clientes, utilizando técnicas como el storytelling y el marketing basado en datos para personalizar la experiencia.

# 35%

Solo el 35% de content creators **evalúan el impacto o éxito de su contenido luego de publicarlo.**

*Fuente: Content Science*



# Temario

## ¿Qué aprenderás en este programa especializado?

Setting the stage		1. Primera sesión donde tendrás tu Insposhot inicial y descubrirás por qué es una experiencia única de aprendizaje.	
<b>1. Design Research</b>	El pasajero comprenderá <b>cómo conocer en profundidad a su consumidor y el mercado de su producto.</b> Aplicarán técnicas de investigación para crear estrategias de contenido efectivas.	2. Introducción al Content Strategy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es content? / ¿Por qué es importante hoy?</li> <li>- Historia del Content strategy - Contexto actual y futuro</li> <li>- El rol del content strategy</li> </ul>
		3. ¿Por qué hacer Research?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La importancia del Research</li> <li>- ¿Qué usó para investigar?</li> <li>- Cómo se estructura un Research</li> <li>- ¿Qué podemos obtener de nuestro Research?</li> </ul>
		4. Voice of the Market vs Voice of the Customer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es voice of the market? (VOM)</li> <li>- ¿Qué es voice of the customer? (VOC)</li> <li>- Elaborar un VoC y VoM y usarlos correctamente</li> </ul>
		5. Buyer Persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es el Buyer Persona?</li> <li>- ¿Cómo crear un Buyer Persona?</li> <li>- Buyer persona sustentado e data</li> <li>- Estrategia por Plataformas</li> </ul>
		6. Social Listening	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es Social Listening?</li> <li>- Herramientas para conocer a nuestros usuarios</li> </ul>
		7. Perfil Psicográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es un perfil psicográfico?</li> <li>- ¿Por qué es estratégico tener un perfil psicográfico?</li> <li>- Pasos para crear un perfil</li> <li>- Cómo analizar un comentario</li> </ul>
		<b>2. Branding Strategy</b>	Comprenderás <b>cómo construir una marca desde sus inicios y qué estrategias seguir según su audiencia.</b> Aplicarán técnicas para desarrollar una estrategia de marca sólida y coherente.
9. Propósitos de Marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué no es el propósito de Marca</li> <li>- Cómo se construye el propósito de una marca</li> <li>- Marcas con propósito y propósitos que se hacen marca</li> <li>- Purpose Washing</li> </ul>		
10. Estrategia Funnel de Contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de Funnel de contenido</li> <li>- TOFU + ejemplos</li> <li>- MOFU + ejemplos</li> <li>- BOFU + ejemplos</li> <li>- Call to Action de cada parte del funnel</li> </ul>		
11. Tono de voz de una marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es el tono de voz?</li> <li>- Tipos de tonos de voz</li> <li>- Arquetipos de marca</li> <li>- Voz de Marca vs Tono de voz</li> <li>- Tono de voz de Nielsen Norman</li> </ul>		
12. Estrategia de Contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia SMART</li> <li>- Definición de Audiencia</li> <li>- North Star Metric y Soft Metrics</li> <li>- Marketing Efficiency Ratio (MER)</li> <li>- Pilares de Contenido</li> </ul>		
13. Estrategia de Real Time Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es Real Time Marketing?</li> <li>- Por qué funciona el RTM</li> <li>- Riesgos del RTM</li> <li>- Cómo ejecutar un buen content en tiempo real</li> </ul>		
<b>3. Creativity</b>	Comprenderás las <b>técnicas clave para la creación y optimización de contenido digital atractivo y efectivo.</b> (...)	14. Creación de contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Insights qué són y cómo elaborarlos</li> <li>- Técnicas para creación de contenido</li> <li>- Herramientas para Creación de Contenido</li> </ul>



### 3. Creativity

(...)  
Aplicarán herramientas de storytelling y formatos adaptados a diversas plataformas para maximizar el impacto de sus mensajes.

15. Storytelling	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo identificar pain Points</li> <li>- Pasos para la creación de un buen storytelling</li> <li>- Del storytelling al storydoing</li> <li>- Método AIDA</li> <li>- Elementos para captar atención</li> </ul>
16. Formatos de contenido por plataforma	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataformas: Tik tok, instagram, facebook, twitter, youtube</li> <li>- Cómo "brifear" para cada plataforma</li> <li>- Storytelling por Plataforma</li> <li>- Las métricas de cada plataforma</li> <li>- Conocer las reglas para romperlas.</li> </ul>
17. Escalabilidad Orgánico VS Pagado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideas escalables orgánicas</li> <li>- Idea, Campaña, Plataforma</li> <li>- Estrategia RED para escalar</li> <li>- La etapa de testeo</li> <li>- Iteración de creativos</li> </ul>
18. Ideas creativas e IA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué son las Inteligencias Artificiales?</li> <li>- Chatbots</li> <li>- Hablemos de PROMPTS y PROMPTS CREATIVOS</li> <li>- Chat GPT para la creación de contenidos</li> <li>- Text to IMAGE</li> <li>- Mid Journey para la creación de contenidos</li> </ul>

<b>Mid Review</b>	<b>19. Mid Review</b>	Presentación del avance del proyecto.
-------------------	-----------------------	---------------------------------------

### 4. Data-driven creativity

Comprenderás **cómo utilizar datos y métricas para impulsar la creatividad en la creación de contenido.**  
Aplicarán herramientas de análisis de métricas y soft/hard metrics para tomar decisiones informadas en marketing digital.

20. Introducción a data driven Creativity	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es la creatividad Data Driven?</li> <li>- ¿Cómo construimos creatividad efectiva?</li> <li>- Tipos de Data</li> </ul>
21. Análisis de métricas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de Métricas de contenido</li> <li>- ¿Cómo elegir las métricas adecuadas?</li> <li>- ¿Cómo analizar las métricas de contenido?</li> <li>- Transformando análisis de métricas en contenido</li> </ul>
22. The Learning Document	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué son los aprendizajes?</li> <li>- Buenas y Malas prácticas</li> <li>- Contenido de un Learning Document</li> </ul>
23. Soft y Hard Metrics	<ul style="list-style-type: none"> <li>- North Star Metric y Soft Metrics</li> <li>- Ejemplos de Hard Metrics</li> <li>- Comprendiendo las Soft Metrics en Marketing Digital</li> </ul>
24. Anatomía de un insight	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es y no es un Insight?</li> <li>- ¿Cómo obtener insights de los contenidos?</li> <li>- Trasladando la Data en Insights</li> <li>- ¿Cómo transformar los insights en contenidos?</li> </ul>
25. Mentalidad Data Driven	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decisiones en base a data</li> <li>- Métricas de audiencia, contenido, interacción y expansión</li> </ul>

### 5. Explore & Experiment

Lograrán realizar **hipótesis fundamentadas y experimentar con sentido** para validar estrategias de contenido.

26. Mindset para experimentar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Método Científico En Marketing Digital</li> <li>- Growth Mindset vs Fixed Mindset</li> <li>- 3 pilares fundamentales de la experimentación</li> <li>- Cultura de experimentación</li> </ul>
27. ¿Cómo crear una hipótesis?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es una hipótesis?</li> <li>- La forma correcta de escribir una hipótesis</li> <li>- Investigación en las hipótesis</li> <li>- Variables en la hipótesis</li> </ul>
28. Diseñando un experimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de métricas relevantes</li> <li>- Selección de método de testeo</li> <li>- Recolección de data</li> <li>- El esquema para un experimento</li> </ul>
29. Priorización de experimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de priorización</li> <li>- ¿Qué necesitamos validar?</li> </ul>
30. A/B Testing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de experimentos</li> <li>- A/B Testing</li> <li>- Ejemplos de A/B Testing en contenidos</li> <li>- ¿Cómo llevar a cabo un A/B Testing?</li> </ul>
31. Analizar los resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los sesgos que no vemos</li> <li>- Qué hacemos según el resultado que obtuvimos...</li> <li>- Elementos clave para el éxito</li> <li>- Nos preparamos para la presentación final</li> </ul>

<b>Final Pitch</b>	<b>34. Final Pitch</b>	Presentación final grupal a un jurado de líderes en Content Marketing con feedback en vivo.
--------------------	------------------------	---

<b>Graduación</b>	<b>35. Ceremonia de Graduación</b>	Ceremonia virtual y reconocimiento a primeros puestos.
-------------------	------------------------------------	--



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



**Alejandra Endara** 🇪🇸  
Digital Academy Facilitator en [Google](#)

+12 años de experiencia en el mundo de las marcas. Con un fuerte enfoque en el branding como un pilar esencial para el crecimiento de los negocios.



**Federico Gozaini** 🇲🇪  
Marketing Manager en [Netflix](#)

Ex-Senior Creative Manager para HBO MAX Latinoamérica. Redactor Creativo licenciado en Publicidad y +10 años de experiencia trabajando en agencias de publicidad tradicional y digital.



**Enrique del Rio** 🇲🇪  
Head Of User Experience en [Falabella.com](#)

Ex- Gerente de Consumer Marketing en Discovery Argentina. Ex- Gerente de Marketing en Paramount Argentina. Con +16 años en comunicación de marketing para empresas como Yahoo, Turner, Arterar, Viacom y Discovery Networks.

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



**Luciana Castro** 🇲🇪  
EX - Redactora Creativa Freelance en [HBO Max LATAM](#)

Experiencia trabajando con marcas y agencias de publicidad en Argentina, México y USA.



**Gerardo Ayala** 🇲🇪  
Omnichannel Creative Strategy Director en [Mkcann Wolrdgroup](#)

+8 años de experiencia desarrollando ideas y estrategias creativas para marcas como Chevrolet, Cadillac, OnStar, el lanzamiento de IKEA en México, Oreo, L'Oréal, Mattel, Aéropostale, Huawei, entre otras.



**Fermin Arguiz** 🇲🇪  
Director Creativo en [VML](#)

Más de 10 años trabajando en publicidad como redactor creativo en agencias de todo tipo. Ex Copywriter en NotCo, La América, Dhélet, VMLY&R, The Juju, entre otras.

**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:



"Fue encontrarme después de la universidad **una nueva manera de aprender**. Esta nueva metodología me permitía estar más comprometida con un grupo de personas".

**Cristel López**  
Head Operations & Management en Triangle



"La dinámica, la forma en que te enseñan la metodología, aseguran de lo que estás aprendiendo en clase **puedas aplicarlo en el trabajo**".

**Franco Arfinengo**  
Head of Growth & Marketing en Vive Health



"Sentí que nos **hicimos una comunidad** en la que a pesar de ser de **distintas nacionalidades pudimos ayudarnos** a seguir creciendo y aprendiendo".

**Ilse Moreno**  
Strategy Team Lead en en Kuna Capital

**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.

¿Quieres desafiar tu futuro profesional?

[Quiero  
inscribirme](#)

[Necesito más  
información](#)



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

