

Programa especializado

En español

100% en vivo

Colectivo²³

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 Content Marketing?

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.	
1. Design Research	El pasajero comprenderá cómo conocer en profundidad a su consumidor y el mercado de su producto. Aplicarán técnicas de investigación para crear estrategias de contenido efectivas.	2. Introducción al Content Strategy	- ¿Qué es content? / ¿Por qué es importante hoy? - Historia del Content strategy - Contexto actual y futuro - El rol del content strategy
		3. ¿Por qué hacer Research?	- La importancia del Research - ¿Qué usó para investigar? - Cómo se estructura un Research - ¿Qué podemos obtener de nuestro Research?
		4. Voice of the Market vs Voice of the Customer	- ¿Qué es voice of the market? (VOM) - ¿Qué es voice of the customer? (VOC) - Elaborar un VoC y VoM y usarlos correctamente
		5. Buyer Persona	- ¿Qué es el Buyer Persona? - ¿Cómo crear un Buyer Persona? - Buyer persona sustentado e data - Estrategia por Plataformas
		6. Social Listening	- ¿Qué es Social Listening? - Herramientas para conocer a nuestros usuarios
		7. Perfil Psicográfico	- ¿Qué es un perfil psicográfico? - ¿Por qué es estratégico tener un perfil psicográfico? - Pasos para crear un perfil - Cómo analizar un comentario
2. Branding Strategy	Comprenderás cómo construir una marca desde sus inicios y qué estrategias seguir según su audiencia. Aplicarán técnicas para desarrollar una estrategia de marca sólida y coherente.	8. Brand Building	- Construcción de una marca - 5 Etapas de la consciencia - Ejemplos de empresas reales
		9. Propósitos de Marca	- Qué no es el propósito de Marca - Cómo se construye el propósito de una marca - Marcas con propósito y propósitos que se hacen marca - Purpose Washing
		10. Estrategia Funnel de Contenido	- Tipos de Funnel de contenido - TOFU + ejemplos - MOFU + ejemplos - BOFU + ejemplos - Call to Action de cada parte del funnel
		11. Tono de voz de una marca	- ¿Qué es el tono de voz? - Tipos de tonos de voz - Arquetipos de marca - Voz de Marca vs Tono de voz - Tono de voz de Nielsen Norman
		12. Estrategia de Contenido	- Estrategia SMART - Definición de Audiencia - North Star Metric y Soft Metrics - Marketing Efficiency Ratio (MER) - Pilares de Contenido
		13. Estrategia de Real Time Marketing	- ¿Qué es Real Time Marketing? - Por qué funciona el RTM - Riesgos del RTM - Cómo ejecutar un buen content en tiempo real
3. Creativity	Comprenderás las técnicas clave para la creación y optimización de contenido digital atractivo y efectivo. (...)	14. Creación de contenido	- Insights qué són y cómo elaborarlos - Técnicas para creación de contenido - Herramientas para Creación de Contenido



3. Creativity

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

15. Storytelling

- Cómo identificar pain Points
- Pasos para la creación de un buen storytelling
- Del storytelling al storydoing
- Método AIDA
- Elementos para captar atención

16. Formatos de contenido por plataforma

- Plataformas: Tik tok, instagram, facebook, twitter, youtube
- Cómo "briefear" para cada plataforma
- Storytelling por Plataforma
- Las métricas de cada plataforma
- Conocer las reglas para romperlas.

17. Escalabilidad Orgánico VS Pagado

- Ideas escalables orgánicas
- Idea, Campaña, Plataforma
- Estrategia RED para escalar
- La etapa de testeo
- Iteración de creativos

18. Ideas creativas e IA

- ¿Qué son las Inteligencias Artificiales?
- Chatbots
- Hablemos de PROMPTS y PROMPTS CREATIVOS
- Chat GPT para la creación de contenidos
- Text to IMAGE
- Mid Journey para la creación de contenidos

Mid Review

19. Mid Review

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

- ¿Qué es la creatividad Data Driven?
- ¿Cómo construimos creatividad efectiva?
- Tipos de Data

21. Análisis de métricas

- Tipos de Métricas de contenido
- ¿Cómo elegir las métricas adecuadas?
- ¿Cómo analizar las métricas de contenido?
- Transformando análisis de métricas en contenido

22. The Learning Document

- ¿Qué son los aprendizajes?
- Buenas y Malas prácticas
- Contenido de un Learning Document

23. Soft y Hard Metrics

- North Star Metric y Soft Metrics
- Ejemplos de Hard Metrics
- Comprendiendo las Soft Metrics en Marketing Digital

24. Anatomía de un insight

- ¿Qué es y no es un Insight?
- ¿Cómo obtener insights de los contenidos?
- Traslado de la Data en Insights
- ¿Cómo transformar los insights en contenidos?

25. Mentalidad Data Driven

- Decisiones en base a data
- Métricas de audiencia, contenido, interacción y expansión

5. Explore & Experiment

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

26. Mindset para experimentar

- Método Científico En Marketing Digital
- Growth Mindset vs Fixed Mindset
- 3 pilares fundamentales de la experimentación
- Cultura de experimentación

27. ¿Cómo crear una hipótesis?

- ¿Qué es una hipótesis?
- La forma correcta de escribir una hipótesis
- Investigación en las hipótesis
- Variables en la hipótesis

28. Diseñando un experimento

- Selección de métricas relevantes
- Selección de método de testeo
- Recolección de data
- El esquema para un experimento

29. Priorización de experimentos

- Herramientas de priorización
- ¿Qué necesitamos validar?

30. A/B Testing

- Tipos de experimentos
- A/B Testing
- Ejemplos de A/B Testing en contenidos
- ¿Cómo llevar a cabo un A/B Testing?

31. Analizar los resultados

- Los sesgos que no vemos
- Qué hacemos según el resultado que obtuvimos...
- Elementos clave para el éxito
- Nos preparamos para la presentación final

Final Pitch

34. Final Pitch

Presentación final grupal a un jurado de líderes en Content Marketing con feedback en vivo.

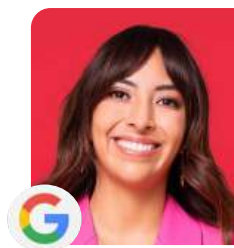
Graduación

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



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, Arter, 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 [Mkcan Woldgroup](#)

+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 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.

Colectivo23

