

Experimentación y Optimización de Conversión

Técnicas avanzadas de diseño y ejecución de experimentos para validar hipótesis y optimizar los embudos de conversión, maximizando la eficiencia y el retorno de inversión.

► Descripción

El curso Experimentación y Optimización de Conversión ofrece una profunda inmersión en las técnicas y metodologías para la experimentación sistemática y la optimización de conversiones en entornos digitales. A lo largo del programa, los participantes adquirirán las habilidades necesarias para diseñar y ejecutar experimentos rigurosos, como A/B testing, pruebas multivariantes y otras metodologías avanzadas, con el objetivo de identificar las tácticas más efectivas para mejorar la conversión de usuarios.

El curso también explora las estrategias más efectivas para crear una cultura de experimentación continua dentro de las organizaciones. Esto incluye cómo fomentar una mentalidad basada en datos, que permita tomar decisiones informadas y basadas en resultados empíricos, logrando así un impacto significativo en el rendimiento de las campañas y en el éxito global de las iniciativas de marketing digital. Los participantes aprenderán a interpretar los resultados de sus experimentos, ajustando y optimizando sus estrategias en tiempo real para maximizar la efectividad de sus esfuerzos de conversión, asegurando un crecimiento sostenido y medible para sus negocios.

► ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderás a crear y mantener una cultura de experimentación continua en tu organización, fomentando la innovación y adaptabilidad.
2. Sabrás cómo diseñar y ejecutar experimentos de optimización, mejorando la eficiencia y productividad de tus tareas.
3. Te enseñaremos a aplicar técnicas de mejora continua en los embudos de conversión, optimizando tus procesos de ventas y marketing.
4. Desarrollarás habilidades para analizar e interpretar resultados de experimentos, lo que te permitirá tomar decisiones informadas y basadas en datos.
5. Finalmente, comprenderás cómo implementar estrategias de personalización basadas en datos, mejorando la experiencia del usuario y aumentando la fidelidad del cliente.

No pierdas esta oportunidad de mejorar tus habilidades y dar un impulso a tu carrera profesional. ¡Inscríbete ya en nuestro curso!

► Contenidos del curso

Unidad 1	Fundamentos de la experimentación en Growth Marketing
Unidad 2	Herramientas y plataformas para la optimización de conversión: Qué, por qué, a quiénes y para qué
Unidad 3	Diseño y ejecución de A/B Testing y Pruebas Multivariantes: Análisis e interpretación
Unidad 4	Estrategias de personalización y segmentación
Unidad 5	Optimización de landing pages y embudos de conversión
Unidad 6	Creación de una cultura de experimentación continua

► Cuerpo Docente



Andrés Lagos

Profesional con más de 20 años de experiencia en marketing digital, e-commerce y medios. Postgrado en Comunicación y Marketing Digital de la Universidad Mayor, y ha cursado programas especializados en Marketing Relacional en la UDD. A lo largo de su carrera, ha ocupado roles de liderazgo en compañías como Walmart Chile, LG Electronics y L'Oréal, donde ha desarrollado estrategias digitales innovadoras y creado ecosistemas de e-commerce.