



Growth

Implementa una estrategia de crecimiento y optimización de un producto a través de la experimentación

Online: 6 videos - 1.5 horas

Presencial: 3 sesiones - 9 horas

Recurrentes: 3 sesiones de coaching por equipo - 4.5 horas

NOSOTROS

Laboratoria es un emprendimiento social que forma el talento diverso que América Latina necesita para avanzar en la era digital.

Nuestro programa tiene 3 grandes pilares:

1. **Bootcamp training**, donde identificamos a mujeres jóvenes con muchísimo potencial (a pesar de no haber accedido antes a educación de calidad) y las formamos en 6 meses como front-end developers o UX designers.
2. **Talent Placement**, donde conectamos a nuestras estudiantes con oportunidades de trabajo y solo le cobramos de forma retroactiva a aquellas que consiguen empleo.
3. **Corporate Training**, donde capacitamos a líderes empresariales en la cultura, metodología y estructura organizacional necesaria para ganar en la era digital. Esto abre puestos de trabajo para nuestras egresadas en grandes empresas de diversas industrias.

SOBRE EL CURSO

El Growth Hacker se ha convertido en una figura principal dentro de las startups y empresas de productos digitales. Aunque es una posición que siempre ha existido, no se le había asignado un nombre en particular. Este personaje es la persona que se encuentra obsesionada por el crecimiento del producto, y el encargado de optimizar, a través de experimentos, el embudo de marketing. Es por ello que cada vez más empresas buscan y quieren formar este tipo de talento.

El curso de Growth Hacking te permitirá conocer las metodologías y tácticas orientadas a atraer, retener y aumentar tu base de clientes; a través de una obsesión por la analítica, el código y la experimentación.

¿Qué voy a aprender?

Analizar Data

Aprenderás a realizar un diagnóstico actual de tu sitio y analizar la data que realmente impacta en el negocio para poder definir una estrategia.

Herramientas

Conocerás las herramientas más utilizadas en el sector para crear experimentos y seguir analizando la data que te ayudará a optimizar tu embudo de marketing.

Crear motores de crecimiento

Finalmente, aprenderás a realizar experimentos que te ayudarán a encontrar los motores de crecimiento en cada paso del embudo de marketing, los cuales te llevarán al éxito.

METODOLOGÍA

SESIONES PRESENCIALES Y DINÁMICAS

Nuestras sesiones son presenciales, y buscan facilitar y guiar el aprendizaje de los asistentes, por lo que la participación y debate son claves.

PLATAFORMA ONLINE DE ESTUDIOS

Se brinda una plataforma online de estudios, donde los participantes podrán encontrar todo el material que se revisará en las sesiones; así como los artículos relacionados y referencias que se comentan en clase.

APRENDE MIENTRAS TRABAJAS

Los participantes traen su problema de negocio, para poder aplicar lo que van aprendiendo bajo la guía de un facilitador. Además, los artículos y ejemplos presentados se personalizarán según la industria de la empresa.

TÚ ELIGES

Las sesiones se realizan en las instalaciones de la empresa, y se distribuyen según el tiempo y disponibilidad de los participantes.

ESTRUCTURA Y CONTENIDO

Los participantes recibirán acceso a nuestra plataforma de estudios en línea, en la cual podrán encontrar todo el material que se revisará en las sesiones; así como los artículos relacionados y referencias que se comentan en clase.

El curso se compone de un Pre-Work online donde podrán revisar conceptos base y 3 sesiones presenciales de 3 horas cada una aproximadamente.

Pre-Work: Basic Concepts

1.5 hr

Este material será compartido días previos para su acceso online en nuestra plataforma educativa. Los videos explican conceptos básicos que también se verán en las sesiones presenciales:

- How to build the future? Entrevista a Mark Zuckerberg
- Estrategias para ganar en digital: Adoptar la experimentación
- Estrategias para ganar en digital: Open Innovation
- Estrategias para ganar en digital: Diseño basado en data
- Estrategias para ganar en digital: Omnicanalidad o integración de canales
- Proyecto vs. Producto
- Growth Hacking (historia e introducción)

- Etapas de crecimiento de un producto digital
- Etapas y roles en el desarrollo de productos digitales
- Producto Mínimo Viable y desarrollo de clientes
- Desarrollo “Agile” y “Lean Startup”

Sesión 1: Introducción al Growth Hacking

3hr

Dinámica:

- Presentación de los retos por equipos
- Vanity Metrics
- ¿Qué es Growth Hacking?
- Growth Hacks en el mundo offline
- Márketing Tradicional vs. Márketing Digital
- Marketing Funnel (Pirate Metrics)
- ¿Cómo se implementa una estrategia de Growth Hacking?
 - Growth Hacker’s skills set
 - Growth Hacking Tools
- Etapas de crecimiento de un producto digital
 - Problem Solving Fit
 - Product Market Fit
 - Preparación para el crecimiento (ejemplos del funnel)
 - Crecimiento
- Lean Analytics Frameworks
- Ejemplo de diagnóstico (revisión de data)

Tarea:

- Definir una primera hipótesis

Sesión 2: Herramientas de preparación para el experimento

3 hr

- Revisión de Hipótesis
- User Flow
- Definición de KPIs
- Definición del experimento
- Herramientas disponibles para los experimentos:
 - Google Ads / Facebook Ads
 - Google Analytics / Google Tag Manager
 - Google Spreadsheets
 - Loom
 - Hotjar
 - Instapage / squarespace
 - Zapier
 - Promoter.io

Sesión 3: Inicio de experimento y coaching del equipo (presencia de los gerentes es requerida)

1.5 hr por equipo

- Feedback de la hipótesis, user flow, KPIs y definición del experimento
- Inicio de la implementación del experimento
 - Plan de acción
 - Definición de roles
 - Sprint planning

Sesión recurrente con un mínimo de dos sesiones: Retrospectiva y coaching del equipo (presencia de los gerentes es requerida)

1.5 hr por equipo

**** La repetición de esta dinámica dependerá de las veces que se acuerde repetirla.***

Dinámica

- Presentación de resultados y análisis del experimento
 - Dinámica para descubrir los aprendizajes
- Retrospectiva
 - ¿Qué hicimos bien?
 - ¿Qué podemos hacer mejor?
 - ¿Qué vamos a aplicar en nuestro próximo experimento?
 - ¿Acciones a seguir?
- Dinámica de reflexión de trabajo en equipo
- Definición nuevo experimento para un segundo loop
 - Plan de acción
 - Definición de roles
 - Sprint planning

Closing: Alineamiento grupal y buenas prácticas de storytelling (presencia de los gerentes es requerida)

3 hr

- Cada equipo comparte su key learning, resultados y plan a futuro.
- Feedback de otros equipos
- Sugerencias para documentar el aprendizaje (Storytelling)