

**Educación  
Continua**  
TECNOLÓGICO DE MONTERREY



**Diplomado**  
**Customer Intelligence**

---

## Objetivo

Desarrolla habilidades que te permitan detectar oportunidades rentables de negocio a partir del análisis e interpretación de la información de los clientes.

## Beneficios del programa:

- Implementarás el descubrimiento de datos, de manera que la empresa se vea beneficiada del conocimiento sobre los consumidores diseñando campañas comerciales dirigidas.
- Obtendrás la capacidad para desarrollar estrategias de negocios efectivas al desarrollar y conocer los indicadores de tus clientes.
- Adquirirás conocimiento a través de modelos predictivos y descriptivos al analizar los datos de los clientes que se encuentran dentro de la organización, así como en redes sociales o internet.
- Practicarás sobre casos actuales de la industria.

## Dirigido a:

Ejecutivos del mundo de los negocios, profesionales del área de mercadotecnia, gerentes y subgerentes de las áreas comerciales, jefes y supervisores de áreas de ventas y profesionales de la planeación.

## Contenido del programa

El Diplomado en *Customer Intelligence* consta de **seis módulos**, que suman **96 horas** de estudio en total.

### Módulo 1. Definiendo al Consumidor Actual

(16 horas)

- Cambios epistemológicos
  - Neurociencia y conducta
  - Procesos cognitivos y afectivos
  - Modelos conceptuales para explicar la conducta del consumo actual
  - Psicología social
  - Elaboración de un diagnóstico del consumidor *target*
- 

### Módulo 2. Herramientas para la Analítica de Datos del Consumidor

(16 horas)

- Introducción al análisis de datos
  - Identificar las técnicas para el análisis de datos
  - Práctica sobre una herramienta computacional
- 

### Módulo 3. Analizando Datos de Redes Sociales y *On-line*

(16 horas)

- Identificar patrones en la información
  - Analizar datos sobre redes sociales, que permitan definir objetivos
  - Entender mejor el proceso de compra de los clientes actuales
- 

### Módulo 4. *Marketing Analytics*

(16 horas)

- Transformar los datos de los clientes en señales que permitan guiar las decisiones comerciales
- Generar campañas de *marketing* con base en análisis de datos
- Definir el medio para comunicarse con el cliente

## Módulo 5. Evaluación Financiera de una Campaña de Marketing

(16 horas)

- Técnicas de análisis costo-beneficio
  - Identificar las principales variables que intervienen en la rentabilidad de la campaña comercial (ROI, TIR y valor presente)
  - Evaluación de las campañas propuestas
- 

## Módulo 6. Diseño de Estrategias de Innovación

(16 horas)

- Innovación como imperativo estratégico
- Gestión de innovación
- Identificar oportunidades de negocios desde *insights* de clientes
- Creatividad e innovación basada en analítica de datos de los clientes
- *Shopper marketing*

**Permítenos asesorar tu trayectoria profesional, será un gusto atenderte personalmente.**