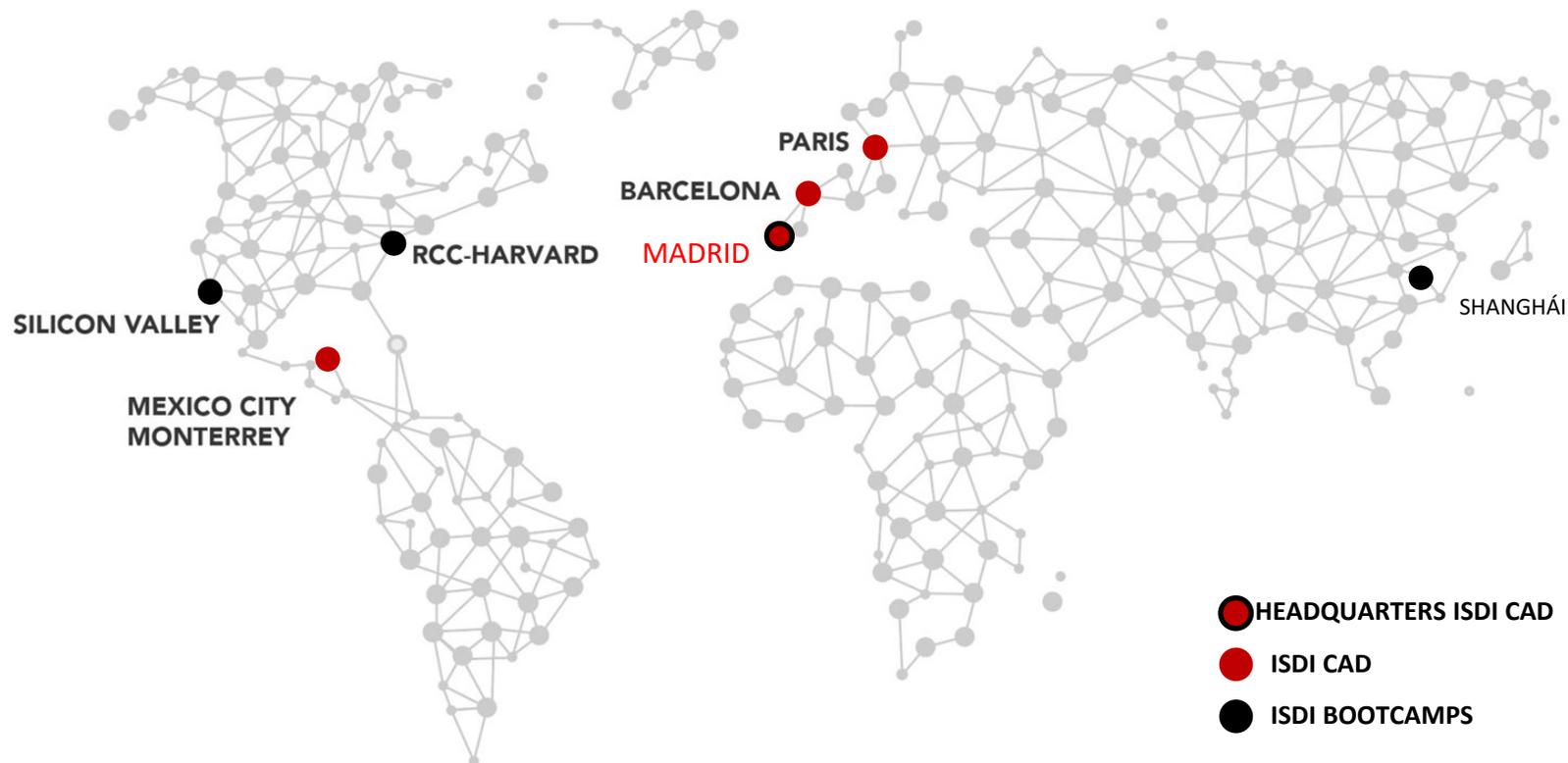




DIGITAL TRANSFORMATION PROGRAM

ISDI Digital Business School



KEY FIGURES



20.000
PROFESIONALES FORMADOS



200
EMPRESAS FORMADAS



700
EXPERTOS DIGITALES



6 MÁSTERS
4 PROGRAMAS
4 SEMINARIOS INTERNAC.



200
STARTUPS CREADAS O ACELERADAS



+1.500
OFERTAS DE EMPLEO PUBLICADAS

> 1st ESCUELA DE NEGOCIO EN LA QUE SUS ALUMNOS OBTIENEN SUS DIPLOMAS CERTIFICADOS CON **BLOCKCHAIN**

FORMACIÓN
PRESENCIALES ▪ E-LEARNING ▪ BLENDED

MÁSTERS

MIB
MASTER
INTERNET BUSINESS

ONLINE MIB
ONLINE MASTER
INTERNET BUSINESS

GXMDB
GLOBAL EXECUTIVE
MASTER DIGITAL BUSINESS

DMBA
DIGITAL MASTER
BUSINESS ADMINISTRATION

MDA
MASTER
DATA ANALYTICS

MMA
MASTER MARKETING
AUTOMATION

PROGRAMAS Y SEMINARIOS

DIBEX
DIGITAL BUSINESS
EXECUTIVE PROGRAM

ONLINE DIBEX
ONLINE DIGITAL BUSINESS
EXECUTIVE PROGRAM

ONLINE ECOM
ECOMMERCE ACTIVATION
PROGRAM

ONLINE GMAX
GOOGLE MARKETING
& ANALYTICS EXPERT

ISDT
INTERNATIONAL SEMINAR DIGITAL TRANSFORMATION
AT SILICON VALLEY - RCC-HARVARD - SHANGHAI

DTES
DIGITAL TALENT
EXECUTIVE SEMINAR

ALIANZAS EDUCATIVAS


ACADEMIA SALESFORCE


GOOGLE DIGITAL ACADEMY

DIVULGACIÓN

ISDI Scientific Advisory Board
NETWORK DE EXPERTOS

ISDI Data
INVESTIGACIONES
Y ESTUDIOS

ISDI Now
PUBLICACIONES,
BLOGS, DOCUMENTALES
Y THINK-TANKS

ISDI FOUNDATION


ONG'S


INFANCIA


SECTORES DESFAVORECIDOS


AYUDA AL DESEMPLEO



FORMACIÓN IN COMPANY


FOUNDATIONS
EQUIPOS DIGITALES


EXPERTS
EQUIPOS TÉCNICOS


INNOVATION & ACCELERATION
INTRAPRENEURSHIP


LEADERSHIP & AGILE
METODOLOGÍAS


STRATEGY
COMITÉ DE DIRECCIÓN


INSPIRATIONAL
TODA LA PLANTILLA

EMPRENDIMIENTO

<ISDI>
ACCELERATOR
CORPORATE VENTURING
SERVICES

<IMPACT>
STARTUP ACCELERATION
PROGRAMS

ISDI Start
INCUBADORA DE
STARTUPS

><ISDI Alumni

 FORMACIÓN CONTINUA

 APP

 NETWORKING

 VOLUNTARIADO

 APOYO AL EMPRENDIMIENTO

 BOLSA DE EMPLEO

 CROWDFUNDING



Modelo de Competencia Digital

La transformación no es solo contenido digital, ISDI ha desarrollado un modelo que va más allá y trata de formarse en 4 variables. Una metodología de trabajo enfocada a desarrollar habilidades como la actitud o la activación, y no solo el conocimiento.

CONOCIMIENTO



ACTITUD



HERRAMIENTAS



ACCIÓN



**SOLO AQUELLAS ORGANIZACIONES E INDIVIDUOS QUE ADAPTAN
SU TALENTO A ESTE NUEVO ESQUEMA LOGRARÁN
HIPERCRECIMIENTO**

La metodología de aprendizaje

MASTERCLASS

Sesiones on-line para adquirir conceptos estratégicos acompañado de expertos nacionales e internacionales de las compañías líderes a nivel mundial



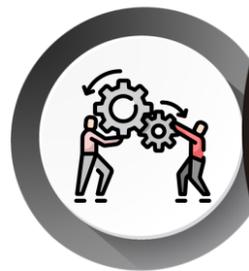
TALLERES

Sesiones on-line hands on para poner en práctica los conocimientos adquiridos con las herramientas y plataformas más demandadas en cada vertical



PROYECTO TRONCAL

Trabajo on-line en grupo con metodologías agile para realizar el plan estratégico de digitalización de una empresa



DTP

ASSESSMENT

Análisis de competencias digitales antes de comenzar el programa



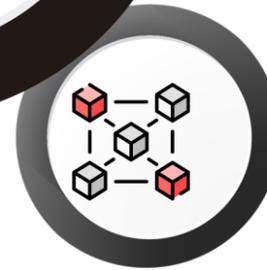
WORKBOOKS

Trabajarás con workbooks donde encontrarás la guía de lo que irá ocurriendo a lo largo del programa, con la descripción de objetivos y *takeaways* de todas las sesiones



MENTORES / PRODUCT OWNERS

Expertos apoyando el desarrollo de los proyectos troncales



DIGITAL TRANSFORMATION PROGRAM



Fecha de Inicio

* 19 de Febrero de 2021

* Fecha orientativa entre Febrero –
Marzo



Formato

100% online



Duración

10 Semanas

8 horas a la semana



Precio

4.500 €

(75% de descuento respecto al
precio real solo a través de
FENEVAL)

[RESERVA TU PLAZA](#)

PROGRAMA ORIENTATIVO								
Estrategia y ecosistema digital	Tecnología de Internet	Estrategia y Plan de Marketing Digital	Estrategia de optimización de buscadores (SEO)	Estrategia en Redes Sociales	Estrategia omnicanal como ventaja competitiva	Conversión y fidelización de clientes	Talento Digital	Tecnologías disruptivas
Liderazgo en la era digital	Sprint 1	Sprint 2	Sprint 3	Sprint 4	Sprint 5	Sprint 6	Sprint 7	Transformación de las organizaciones en la era digital
Metodologías ágiles y presentación del caso	Innovación y Design Thinking	Estrategia de contenidos	Estrategia de Marketing en Buscadores (SEM)	Taller de Identidad digital	Pagos móviles	Métricas Digitales	Funnel tools workshop	Desafíos en el sector de la movilidad
Sprint 0	Taller BMC	Target tools	Construir preferencia de marca en el ecosistema digital	Gestión de influencers	Marketing Automation	Métricas Digitales Workshop	Funnel tools workshop	Presentación del caso práctico

ESTRATEGIA Y ECOSISTEMA DIGITAL



Han surgido nuevos players que utilizan el ecosistema digital para llegar a usuarios que antes eran siempre fieles a una marca. Es necesario entender cómo es ese nuevo ecosistema, qué nuevos jugadores hay en escena, cómo ha cambiado el perfil del usuario y cómo debe variar la estrategia creando nuevas experiencias de relación.



- El ecosistema digital actual. Dinámicas estratégicas.
- La nueva normalidad y la velocidad del cambio.
- Claves, herramientas y objetivos de cada fase del marketing desde una visión integral.



Nacho de Pinedo

Partner and Managing Director at ISDI. Digital Business startups seed investor. IC-A Member (Instituto de Consejeros Administradores) #MiYoDigital book autor. Coordinator of Social Media & Social Networks Knowledge Area at ISDI Programs. Business Model Canvas Book co-writer and facilitator, Agile & Kanban Coach, Coding & Programming Workshop facilitator. Mentor and Coach xISDI (ISDI Alumni Community)



Muy buena sesión, aporta una visión muy integrada de la evolución histórica de la digitalización

LIDERAZGO EN LA ERA DIGITAL



La mayoría de los programas de liderazgo se centran en lo que hacen los líderes, y no tanto en quién es el líder. El liderazgo es emocional y es la habilidad del líder para guiarse a sí mismo y la habilidad de conectarse con otros lo que determina si alguien lo seguirá. Sobre la base de los conocimientos recientes de la neurociencia, esta sesión inspirará a los participantes a cambiar y llevar vidas más significativas, y proporcionará las herramientas para lograrlo.



- ¿Qué es el liderazgo?
- ¿Cómo aprenden los líderes?
- ¿Qué requiere el liderazgo en la era digital?
- Conceptos básicos de neurociencia
- El cerebro que cambia
- Neuroplasticidad
- Propósito



Paco Soler

Certified Professional Coach, expert in Neuroscience, Leadership professor. Over 25 years of experience as an international leader in technology and consulting. Global Executive Master in Digital Business by ISDI.



Excelente, es la primera vez que entiendo cómo se puede aprender el liderazgo y que me lo han contado como algo propio del ser humano y clave para crecer y conseguir cosas, y no como una cualidad para ascender en la empresa.

METODOLOGÍAS ÁGILES



Entender las claves para gestionar una organización que empieza a usar metodología Agile en su día a día. Ser capaz de entender los diferentes roles que intervienen en una gestión de proyectos por Agile. Como gestionar la dinámica de creación y desarrollo de un proyecto ágil. Cómo gestionar los tiempos, las revisiones, la carga de trabajo (WIP) de los diferentes equipos de trabajo y desarrollar una metodología de visualización de proyectos



- Evolución del Management
- Por qué agile
- Agile methodologies basics.
- Agile projects tools.
- Presentación de la metodología de trabajo en los casos prácticos del Programa.



Yago Mellado

Más de 25 años de experiencia acumulada en el área de Marketing en diferentes mercados (Perfumería, Cosmética, Alimentación y Bebidas, Consultoría). Amplia formación en todas las áreas del Ecosistema Digital (Master en Internet Business – ISDI). Gestión de equipos de alto rendimiento a través del desarrollo de su talento y capacidades.



Metodologías útiles y excelentes prácticas. Es una manera eficiente de trabajar los proyectos y la voy a aplicar, sin duda.

TECNOLOGÍA DE INTERNET



Esta sesión está orientada a dar conocer los elementos y recursos tecnológicos más relevantes que intervienen en la puesta en marcha de un producto o servicio digital, aquéllos que influyen directamente en los procesos de transformación digital de las empresas.



- Presencia digital: infraestructura tecnológica necesaria: servidores, dimensionamiento, aplicación...
- Cloud computing
- Seguimiento de usuarios: identificación, cookies, base del modelo publicitario...



Marcelo Royán

Seasoned professional with a technology background and international experience, working in digital projects since the late 90s both in the corporate and startup worlds. Entrepreneur, has co-founded several startups with different levels of success. Started as a programmer and evolved to a C-suite manager with full P&L responsibility and the right mix of high-level software architecture knowledge, people skills, and management ability. Still love to program!



Me ha encantado la sesión de Marcelo, muy aplicada y todo muy claro. Se le nota que domina muy bien el tema.

INNOVACIÓN Y DESIGN THINKING



Esta clase identifica, explica y analiza cada paso del proceso de pensamiento de diseño hasta el prototipo. Este es un taller donde los asistentes identifican a sus clientes, sus necesidades y diseñan una solución para ellos. Esta solución se convierte en un prototipo para probar sus ventajas o desventajas y ofrece el mejor producto o servicio posible.



- Habilidades del proceso de innovación.
- Definición del reto
- Investigación de calidad
- Ideación
- Diseño de hipótesis
- Iteración
- Prototipado



Alicia Chavero

I'm working for more than 14 years in innovation and design. Consultancy and training build my career. Analysis and discover opportunities are the best of my skills. I'm an expert in methodologies, tools and strategies to design a new way to create value. I love give classes in business schools and in company workshops.



Una sesión interesantísima con una ponente de lujo, enérgica y que nos ayudó al equipo a establecer una metodología para elegir una propuesta de valor.

TALLER BUSINESS MODEL CANVAS



Durante este taller, y trabajando en equipos de 4-5 participantes, estudiamos cómo liderar un modelo de transformación exitoso.

Los participantes desarrollan el modelo y comparten sus conclusiones utilizando el Business Model Canvas.



- Análisis del modelo de negocio.
- Usar la herramienta Business Model Canvas.
- Integrar Business Model Canvas con metodologías ágiles.
- Business Model Canvas y el diseño de la propuesta de valor.



Rodrigo Miranda

Partner and Managing Director at ISDI. Digital Business startups seed investor. IC-A Member (Instituto de Consejeros Administradores) #MiYoDigital book autor. Coordinator of Social Media & Social Networks Knowledge Area at ISDI Programs. Business Model Canvas Book co-writer and facilitator, Agile & Kanban Coach, Coding & Programming Workshop facilitator. Mentor and Coach xISDI (ISDI Alumni Community)



Una sesión interesantísima con una ponente de lujo, enérgica y que nos ayudó al equipo a establecer una metodología para elegir una propuesta de valor.

ESTRATEGIA Y PLAN DE MARKETING DIGITAL



El objetivo de esta esta sesión es transmitir cómo es el modelo de Marketing Digital que muestra el recorrido del usuario hasta convertirse en un cliente digital de una marca. Entender el recorrido de la experiencia de usuario a través de las fases de Reputación, Tráfico, Conversión y Relación digital de una manera integral, consistente entre el on y el off, medible y mobile first.



- El nuevo cliente digital.
- Conocer la experiencia de usuario.
- Fases del Funnel de negocio
- Plan de Marketing en el contexto de una estrategia digital



María Barrié

CMO at ISDI. Digital expert with 14+ years of experience leading digital transformation in L'Oreal Luxe by implementing innovative technologies, developing transversal digital skills for teams and propelling change management. Actively contributed to evolving the eCommerce channel as a strategic driver of growth, building local success stories deployed worldwide.



Clase didáctica y muy amena. Se ha explicado de forma muy sencilla, lo que facilita a retener conceptos clave. Bravo !!!

ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN DE BUSCADORES (SEO)



En la actualidad, la presencia que las organizaciones y personas tengan en Internet, es un aspecto fundamental tanto para la promoción de sus productos y servicios, como de su propia imagen.

Esta presencia está relacionada con la forma en la que los usuarios “nos encuentran” cada vez que realizan una búsqueda y de cómo conseguimos aparecer en los primeros lugares de las páginas de resultados.



- Contexto: Entorno, Buscadores & Usuarios
- Cómo llevar a cabo una Estrategia de Posicionamiento Natural
- Cómo Medir la rentabilidad de un Proyecto Orgánico



Esther Checa

Head of Innovation en T2O Media, Digital Media Agency. Responsable de definir y coordinar nuevos canales de captación, procesos y productos digitales, integrando tecnología, datos y personas. Definición e implementación de offering Interfaces conversacionales (Voice Search Marketing & Chatbots). Desarrollo e implementación de offering Estrategia de Contenido Omnicanal



Buenísima, hizo una clase muy amena de una materia complicada. Por fin he entendido el SEO

ESTRATEGIA DE MARKETING EN BUSCADORES (SEM)



El Search Engine Marketing (SEM) permite obtener tráfico en tu sitio web de forma rápida y requiere de crear anuncios con palabras clave y diseñar páginas atractivas para que el usuario compre luego de dar dicho clic.

Cuando se usa bien, el SEM dará mayor credibilidad y creará imagen de marca, ya que refuerza la presencia orgánica.



- Qué es el Search Engine Marketing
- El Marketing en Buscadores dentro de la estrategia de Marketing
- Herramientas más útiles para crear una campaña
- Optimización de campañas SEM



Esther Checa

Performance Strategist Director, at HMG. Search Engine Marketing specialist with experience in several online marketing activities. With a global view of the Internet industry, always interested in new challenges to create business through the web. Specialized in Travel industry.



A pesar de lo arduo del contenido, una clase muy amena con una ponente estupenda.

CONSTRUIR PREFERENCIA DE MARCA EN EL ECOSISTEMA DIGITAL



La disrupción más espectacular, agresiva y disruptiva de la humanidad ha sido la digitalización. Ha cambiado los modelos económicos, de producción, geopolíticos. En este contexto, las marcas tienen que hacer algo para ser elegidas por las personas. Lo que va a marcar la diferenciación en la conversión es la preferencia de marca. La única forma de vender es construyendo percepción de marca haciendo cosas diferentes.



- Las marcas, los nuevos medios
- La audiencia es del contenido
- Tensiones de la digitalización
- ¿Dónde está el consumidor?
- Las marcas como valor refugio



Gonzalo Madrid

Chief Strategy Officer at Wink Transforming Through Digital.



Creo que ha sido una de las clases que se recordarán. Más allá del estilo de Gonzalo, lo bien que nos lo hizo pasar, el contenido de lo que contó me parece necesario una reflexión profunda.

ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES



El objetivo de la sesión es transmitir la importancia de las Redes Sociales como estrategia de relación y comunicación con los usuarios. Se trata de entender como el Social Media impacta en la estrategia de negocio y la importancia de tener una identidad digital definida y una reputación trabajada.



- Identidad digital y reputación digital, individual y corporativa.
- Marca.
- Elementos que impactan en la reputación.
- Cómo trabajar la Identidad Digital
- Social Media Plan



Elvis Santos

Cerca de 20 años de experiencia en marketing y comunicación trabajando para más de cien empresas, marcas e instituciones de diversos ámbitos en diferentes cargos superando tradicional división entre ATL y BTL. En 2013 paso a ser Director General de Shackleton Buzz&Press, compañía que fusiona las operaciones de reputación off y on line del grupo Shackleton. Tras seis años al frente, contamos con una cartera consolidada de clientes y hemos abierto oficina en Barcelona.



Clase dinámica con ejemplos reales atractivos. ¡Gran ponente!

TALLER DE IDENTIDAD DIGITAL



El objetivo de este taller es crear un entorno adecuado para pensar y compartir conclusiones sobre nuestra identidad digital.

De una manera muy dinámica se trabaja en la manera correcta de construir y trabajar nuestra imagen en redes sociales utilizando las herramientas adecuadas.



- Mi identidad en redes sociales
- Cómo posicionar nuestra identidad social y digital.
- Plan de identidad en redes sociales.
- Estrategia de contenidos en mis redes sociales



Rodrigo Miranda

Partner and Managing Director at ISDI. Digital Business startups seed investor. IC-A Member (Instituto de Consejeros Administradores) #MiYoDigital book autor. Coordinator of Social Media & Social Networks Knowledge Area at ISDI Programs. Business Model Canvas Book co-writer and facilitator, Agile & Kanban Coach, Coding & Programming Workshop facilitator. Mentor and Coach xISDI (ISDI Alumni Community)



Rodrigo me ha ayudado a pensar y reflexionar sobre mi marca personal en redes sociales y su impacto en la identidad digital de mi compañía.

GESTIÓN DE INFLUENCERS



Los influencers o influenciadores son las personas que dan voz y valor a las marcas. Las personas que siguen a las marcas deben conectar con estos influencers, con sus recomendaciones. Por ello es fundamental el modo en que las marcas gestionan esta relación; y esto ha de hacerse de manera planificada y eficiente.



- Entender cómo se hace una campaña con influenciadores.
- Saber elegir a los influenciadores adecuados.
- Definir qué metodología seguir y conocer los documentos más importantes para trabajar.



Elvis Santos

Cerca de 20 años de experiencia en marketing y comunicación trabajando para más de cien empresas, marcas e instituciones de diversos ámbitos en diferentes cargos superando tradicional división entre ATL y BTL. En 2013 paso a ser Director General de Shackleton Buzz&Press, compañía que fusiona las operaciones de reputación off y on line del grupo Shackleton. Tras seis años al frente, contamos con una cartera consolidada de clientes y hemos abierto oficina en Barcelona.



La materia se hace más interesante por la forma que el profesor narra el contenido

ESTRATEGIA OMNISCANAL COMO VENTAJA COMPETITIVA



En el ecosistema digital actual debemos integrar el móvil en nuestro modelo de negocio para sacar todo el partido que tenemos a nuestro alcance. Esto implica entender que nuestro usuario no usa un solo canal para buscar o adquirir información, productos o servicios. Es y será multidispositivo, multipantalla, multicanal. Las marcas deben estar presentes de manera consistente y útil en varios dispositivos.



- El consumidor multipantalla
- Activos digitales óptimos y presencia digital
- Tips de usabilidad
- Tipología de presencia móvil
- Best practices.



Laura de la Fuente

Laura, cuenta con una sólida trayectoria profesional nacional e internacional con más de quince años de experiencia transformando compañías. Ha liderado proyectos internaciones de marketing experimental, de contenidos ,digital, CRM, ERP y móvil. Es experta en el desarrollo de nuevos productos, definición de estrategias multiplataforma para productos de gran consumo y servicios. En la actualidad es CEO de Snippet, compañía que le permite combinar su conocimiento e intereses tecnológicos con estrategias de negocio, basadas en smart data.



Una clase muy muy interesante, pero sin duda lo mejor la profesora es ella la que consigue que estemos con los ojos como platos; creo que nunca hemos participado tanto en una clase.

PAGOS MÓVILES



Esta sesión está orientada a comprender la relevancia de los pagos móviles en el entorno digital. En el contexto actual, “mobile first”, para las empresas es fundamental conocer las diferentes iniciativas de pagos móviles que existen, además de estar preparado para integrar los pagos móviles en nuestra estrategia móvil y digital



- Panorama de los pagos móviles
- Business cases de pagos móviles:
 - MPos: Square
 - NFC: Google, Felica, Vodafone Wallet, Apple Pay
 - Medios de pago alternativos: Paypal Mobile
 - Bancos: Bizum
 - Operadores móviles:
 - Starbucks: Pagos y CRM
 - China. Alipay
- Últimas innovaciones



Fernando González Mesones

Mobile internet optimistic. More than 19 years experience in the digital space, more concretely in the mobile internet industry, and now part of NTT DOCOMO Group since 2012.

Chief Digital Officer of Docomo Digital since January 2018, in charge of innovation, digital transformation, Digital Marketing, Big Data, and monetization solutions for B2B enterprises.



Muy interesante. ¡Gran profesional!

MARKETING AUTOMATION



En esta sesión se dará a conocer qué es el marketing automation y cómo la tecnología permite gestionar y automatizar los procesos de captación y conversión de nuevos socios y usuarios, registrando y explotando todos los puntos de contacto que establecemos con ellos y que habitualmente se definen en un customer journey.



- Definición y objetivos del M. A.
- Aplicaciones: segmentar clientes, contenidos personalizados, compra programática, Big Data.
- Lead nurturing & lead generation
- Flowcharts
- Casos de uso.



Rafael López

Project Management Office, Data Analytics, Marketing Automation, Digital Marketing at ISDI

Teacher at ISDI for Digital Strategy, Digital marketing tools, Web Analytics, Performance Marketing, Attribution Models and CRM manager. Digital Strategy, Agile development, Performance and Inbound marketing campaigns, business processes definition in CRM (Salesforce), Marketing Automation (Pardot and Marketing Cloud), Call Center automatization, Web optimization, Mobile strategy, UX, CRO, Data Analytics, Dashboards & Data Visualization



Fundamental para comprender cuáles son los pros y los contras de la automatización de marketing y cómo funcionan plataformas como Salesforce

CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES



En esta sesión se dará a conocer las diferentes estrategias para acercarse a nuestros clientes; cómo convertir estos leads en ventas y, muy importante, como lograr el objetivo de recurrencia y fidelizarlos para que puedan ser embajadores de nuestra marca.



- Aspectos cualitativos fundamentales para maximizar la conversión: confianza, detalles de producto, personalización, customer feedback, pago seguro...
- Fidelización:
 - Ciclo de vida del cliente
 - Análisis de cohortes
 - Marketing Automation



Francisco Servia

Profesional con 10+ años de experiencia en entornos digitales y tecnológicos, formando parte de empresas de primer nivel internacional como Amazon (6 años) y Ericsson (3 años), enfocado fundamentalmente en el diseño, desarrollo y en la gestión integral de productos y servicios en entornos B2C y B2B. Profesor en ISDI impartiendo contenidos relacionados con el E-Commerce, la innovación y la gestión de la experiencia de cliente en programas Executive e In-Company. Conferenciante independiente con amplia experiencia ante grandes audiencias en eventos de carácter internacional.



Me ha parecido el mejor, comunicando, explicando y llegando con sus ejemplos. Una clase muy buena, útil y práctica!

MÉTRICAS DIGITALES



Cualquier acción que realizo, ya sea on u off tiene una repercusión clara y puede impactar en nuestras ventas.

Si no mido adecuadamente el resultado de todas estas acciones, no podré tomar las medidas y las decisiones adecuadas que me permitan alcanzar mis objetivos de negocio. En esta sesión entenderemos cómo funciona el universo de la analítica digital y las métricas de negocio.



- Cómo la analítica y el DATA ayudan al desarrollo del negocio: finalidad y objetivos.
- Métricas (de negocio, interacción on line, campañas, transaccional, medios sociales, cliente, competencia) vs KPIs
- Práctica de métricas digitales.



Jorge Casasepere

Digital Transformation & Business Strategy, Data&Knowledge Strategy, Associate Professor. 20+ years international experience in Business Strategy, Technology, Product Development & Marketing in the Telecom & Internet markets. His life is about the Digital Transformation of Business. Digital optimist, passionate communicator, believes in excellence and creativity to deliver superior Customer Experience.



Muy bien, un tema complicado pero se hizo ameno y fácil de entender.

TALENTO DIGITAL



La transformación digital de las empresas es un hecho ya instaurado en nuestro mindset y del cual cada vez más compañías toman conciencia poco a poco. Pero como todo proceso de cambio, no viene dado de manera automática. Nuestros cerebros no están programados con un botón que automáticamente se adapta a la era digital y las implicaciones que esta tiene en nosotros, tanto personal como profesionalmente.



- La organización al servicio de la transformación digital:
- Transformar la organización. Transformar los procedimientos y procesos. Transformar la cultura.
- Nuevas profesiones digitales y nuevo talento



Fátima Gallo

Director of the Career Services and Alumni Community at ISDI. With the student & alumni in the center of our value proposition, my team and I lead all the business school's initiatives to support the career development of our professional community. With more than 12.000 alumni already, and more than 600 faculty members all over the globe, ISDI offers its members, the opportunity to be part of the largest professional network in the digital market and keep up with the latest trends and innovations in the economy.



Muy pendiente del feedback de la clase y muy clara en sus explicaciones

FUNNEL TOOLS WORKSHOP



Este taller es una dinámica que permite una asimilación total de cómo debemos entender nuestra estrategia en cada una de las fases del funnel de negocio. De una manera muy didáctica, los participantes van entendiendo cuáles deben ser las acciones a emprender en cada fase del funnel, con qué herramientas y qué métricas deben considerar para tener los resultados deseados.



- La importancia de diseñar una buena estrategia
- Cómo diseñar una estrategia de venta de tu idea de negocio
- Práctica de diseño de plan de acción a partir de casos dados en cada una de las diferentes fases del funnel de negocio.



Miguel Ángel Fort

Passionate about disruptive technologies and new business models, Miguel Ángel is a Digital Coach and Consultant with an entrepreneurial soul. He developed his first website at age 14 and currently has more than 10 years experience in business consulting, entrepreneurship and training. In his latest venture BusinessMeetsTech, they approach and teach new technologies and methodologies, like coding, to non-technical profiles.



Sesión dinámica y muy completa en todo lo relativo a la realización del funnel y que pondremos en práctica muchas veces a lo largo de este máster

TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS



En esta sesión de cierre se hace un repaso muy inspirador a las principales tecnologías que irrumpen en esta nueva era y que impactan directamente en cómo las empresas se relacionan con sus clientes, además de cuáles son las tendencias a futuro en mobile, Social, Data, Inteligencia Artificial, Internet of Things, Cloud y a nivel organizacional.



- El papel de la tecnología disruptiva.
- Innovación disruptiva
- Tecnología disruptiva versus disrupción del mercado versus innovación disruptiva
- Preparando una organización para la disrupción



Daniel Suardiaz

Daniel is a Senior Director in the Digital Transformation (Scrum Manager Certified) within the Delivery & Business Development areas, with over 15 year experience. Used to leading teams, in his last role he led a team of +100 (90 people in delivery and 10 people for its GTM). He is passionate about customer experience, technology and its delivery, commercial strategy, business processes and new business models. Always with a special focus on helping companies achieve their objectives and goals through its technology projects in order to enable them to achieve a competitive advantage.



El ponente supo mantener absolutamente enganchados a todos los asistentes durante toda la sesión.

TRANSFORMACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN LA ERA DIGITAL



Esta clase crea un marco y una historia para comprender cómo la innovación disruptiva digital tiene una fuerte influencia sobre las industrias, empresas y negocios. Permite identificar nuevos roles, procesos y relaciones de las empresas en la era digital.



- Elementos y estrategias que nos ayudan a transformar las empresas y cómo hemos de gestionarlos.
- Aprendizaje y emprendimiento en empresas digitales.
- Identificación de cada paso del proceso.



Alberto Díaz

Optimista digital, emprendedor y gestor de equipos. Experiencia en dirección general, consultoría y dirección de equipos con un fuerte componente emprendedor. He tenido posiciones directivas en empresas como Procter & Gamble, Yahoo! o Vocento. Mi pasión es la transformación de empresas y organizaciones para la era digital. He fundado la consultora MIGRATION (Business & Organization) en 2011 para ayudar a empresas en la era digital desde la perspectiva de estrategia, diseño organizacional e innovación externa.



Tiene la experiencia necesaria y la capacidad de transmitir los conocimientos, ¡enhorabuena!

DESAFÍOS EN EL SECTOR DE LA MOVILIDAD



En esta sesión se pondrá foco en los retos y desafíos que afectan al sector ¿Cómo es la movilidad del presente? ¿Cómo será la del futuro?

Impulsar la movilidad sostenible, las disrupciones tecnológicas, el nuevo tipo de consumidor, nuevas oportunidades de negocio,... son elementos a tener en cuenta en el sector.



- Disrupciones tecnológicas en el sector de la movilidad
- Nuevas oportunidades, nuevos retos
- Cambio cultural y movilidad



Juan Luis Barahona

Dinámico. Buen comunicador. Estrategia. E-commerce . Líder de equipos. Transformación Digital. Enamorado de la tecnología y de todo aquello que pueda cambiar la vida de las personas. Emprendedor. Experiencia 360ª en Automoción en España y en Europa. Siempre relacionado con el Mundo Digital y el Automóvil.



Muy interesante y muy revelador. Muchas gracias!



< ISDI >

GRACIAS POR ASISTIR
www.isdi.education

