**Estructura del proyecto**

**1. Descripción de la Empresa o Idea de Negocio**

Es una empresa dedicada a la educación digital. Brinda cursos exclusivos en **formación tecnológica** y programas online síncronos.

Productos:

1. Cursos cortos: 24 horas (4-8 semanas)

* Analítica de datos con Power BI
* Storytelling with data

1. Machine learning: 4 meses

**Misión:** Mejorar vidas a través del aprendizaje proporcionando un desarrollo de habilidades flexible y eficaz para empoderar a organizaciones e individuos.

**Visión:** Imaginamos un mundo donde cualquier persona, en cualquier lugar, tenga el poder de transformar sus vidas a través del aprendizaje de nuevos conocimientos.

**Valores:** Innovación, Trascendencia, Pasión, Accesibilidad, Empoderamiento, orientación al Servicio.

**2. Objetivos SMART de Marketing Digital**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **OBJETIVOS** | **OBJETIVOS SMART** | **ACCIONES** |
| Posicionar la marca como un centro de capacitación especializado en temas tecnológicos | Conseguir 1,000 visitas nuevas mensuales al **sitio web** en los próximos 6 meses, a través de campañas publicitarias en Google Ads, LinkedIn, referidos y optimización SEO. | Campañas en Google Ads, específica para el segmento definido. Creación de la página en LinkedIn  Publicar contenido relevante utilizando palabras clave en la página web. Inversión en optimización SEO. |
| Lograr un 2% de engagement en **redes sociales** (comentarios, compartidos, me gusta) en un plazo de 3 meses con la creación de contenido educativo relevante. | Crear contenido relevante en las redes sociales donde se encuentra el público objetivo. Motivar a la participación activa en redes sociales. |
| Tener clientes nuevos todos los meses | Obtener un ratio de conversión de compra 5% mensual de clientes nuevos en un plazo de 6 meses a través de la página web y contenido en redes. | Hacer una web cuyo objetivo principal invite a la conversión de cursos. |
| Tener clientes recurrentes (recompra) | Obtener un ratio de conversión de recompra 30% mensual de clientes recurrentes en un plazo de 6 meses a través del servicio postventa por WhatApp. | Hacer un seguimiento minucioso por alumno para lograr que cada mes todos se re-inscriban a algún curso con algún descuento o que adquieran los programas largos. |

3. Perfil del Buyer Persona

**Público objetivo (Target Audience):**

1. Edad: 19 - 35
2. Sexo: Ambos
3. Ubicación geográfica: Perú
4. Comportamientos/intereses:
5. Nivel socio cultural (NSC): Estudios técnicos y/universitarios truncos o terminados bc
6. Personalidad: Autodidacta, curioso, investigador, analítico.
7. Hábitos de consumo: Nativo digital, compras en línea,
8. Estilo de vida: Estudiante, trabajador dependiente.

**Perfiles de clientes:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Categoría** | **Perfil del Cliente 1: Estudiantes Universitarios/ Técnicos** | **Perfil del Cliente 2: Profesionales Jóvenes** | **Perfil del Cliente 3: Emprendedores/ Freelancers** |
| **Edad** | 19 - 25 años | 26 - 35 años | 22 - 35 años |
| **Sexo** | Ambos | Ambos | Ambos |
| **Ubicación Geográfica** | Perú | Perú | Perú |
| **Estudios Superiores** | Universitarios o técnicos (truncos o en curso). | Universitarios completos o truncos. | Estudios técnicos, universitarios truncos o completos. |
| **Intereses** | Buscan complementar su educación formal. | Buscan mejorar sus habilidades tecnológicas para el mercado. | Buscan nuevas habilidades para emprender. |
| **Comportamiento de Compra** | Nativos digitales, activos en plataformas educativas online, toman decisiones de compra basadas en recomendaciones de amigos o influencers. | Realizan compras online, prefieren cursos que puedan realizarse a su ritmo y en horarios flexibles. | Buscan formaciones cortas, flexibles y aplicables a proyectos personales o freelancing. |
| **Necesidades** | Necesitan cursos accesibles que complementen sus estudios y mejoren su empleabilidad (p.ej. Power BI, Machine Learning). | Buscan actualizar sus habilidades con tecnologías emergentes y mejorar su perfil profesional. | Necesitan habilidades tecnológicas para desarrollar proyectos propios o brindar servicios a clientes. |
| **Motivaciones profesionales** | Mejorar su perfil y aumentar sus oportunidades laborales en empresas tecnológicas. | Avanzar en su carrera profesional, acceder a puestos mejor remunerados. | Adquirir competencias técnicas para desarrollar proyectos personales o freelancing. |
| **Comportamiento financiero** | No comprometer mucho su presupuesto. Consumen contenido educativo en plataformas como YouTube, Coursera, y plataformas con precios accesibles. | Hacer la inversión acorde a sus ingresos. Prefieren precios competitivos y flexibilidad de pago. | Buscan un retorno de inversión rápido. Consumen cursos prácticos y contenidos técnicos, priorizando el precio y la aplicabilidad. |
| **Intereses y Comportamientos** | Tecnología, programación, análisis de datos, comunicación visual. | Interesados en tecnología, ciencia de datos, machine learning, marketing digital. Participan en webinars y cursos online. | Tecnología aplicada, desarrollo personal, innovación y emprendimiento. |
| **Personalidad** | Autodidacta, curioso, analítico, comprometido con su formación. | Proactivos, ambiciosos, analíticos, interesados en mejorar sus competencias profesionales. | Innovadores, arriesgados, flexibles, con enfoque en el aprendizaje continuo. |
| **Estilo de Vida** | Estudiantes a tiempo completo o parcial, con interés en mejorar sus perspectivas laborales a través de la educación digital. | Trabajadores dependientes o semi-dependientes, interesados en avanzar rápidamente en su carrera, pero cuidando su presupuesto. | Emprendedores o freelancers que buscan mejorar sus habilidades técnicas para proyectos propios, con recursos limitados pero ganas de crecer. |
| **Hábitos de Consumo** | Consumen contenido educativo en plataformas digitales, compran cursos con descuentos o promociones. | Prefieren aprender de manera flexible, compran cursos online según sus necesidades profesionales, buscan opciones con buenas ofertas o pagos fraccionados. | Buscan formaciones que se adapten a su tiempo, consumen contenido educativo y buscan valor práctico y precios accesibles. |
| **Factores de Decisión** | Precio accesible, flexibilidad en horarios, relevancia del curso en el mercado laboral. Prefieren cursos con descuento o acceso a contenido gratis previo. | Relevancia del contenido con las tendencias del mercado, reputación de la plataforma, precio accesible. Buscan opciones de pago diferido. | Valor práctico del curso, aplicabilidad inmediata en proyectos, coste de la formación, pagos mensuales o en cuotas. |

1. **Estudiantes Universitarios/Técnicos (Perfil 1)**:
   * **Edad**: 19 - 25 años, en la fase formativa o en proceso de completar su educación.
   * **Ingresos**: Ingresos limitados, con presupuesto ajustado entre S/. 1000 y S/. 2000 (posiblemente dependientes de sus padres o trabajos a medio tiempo).
   * **Motivaciones y Necesidades**: Están buscando cursos económicos que complementen su educación y mejoren su empleabilidad. Están motivados por conseguir su primer empleo bien remunerado o una pasantía que les permita desarrollarse profesionalmente.
   * **Comportamiento de Compra**: Prefieren cursos con precios accesibles, becas, o descuentos, y valoran las recomendaciones de amigos o influencers en plataformas educativas como YouTube o Coursera.
2. **Profesionales Jóvenes (Perfil 2)**:
   * **Edad**: 26 - 35 años, ya establecidos en sus primeros años laborales.
   * **Ingresos**: Ingresos medios entre S/. 2000 y S/. 5000. Pueden tener trabajos de tiempo completo, pero buscan formación complementaria para avanzar en sus carreras.
   * **Motivaciones y Necesidades**: Quieren actualizar sus habilidades en tecnologías emergentes como Power BI, Machine Learning, y Data Science para avanzar en sus puestos o acceder a mejores oportunidades laborales. Buscan una buena relación entre calidad y precio.
   * **Comportamiento de Compra**: Realizan compras online, prefieren cursos con flexibilidad horaria, y valoran las opciones de pago diferido o en cuotas. Se centran en el retorno de inversión de la capacitación.
3. **Emprendedores/ Freelancers (Perfil 3)**:
   * **Edad**: 22 - 35 años, con una mentalidad emprendedora o trabajando de forma independiente.
   * **Ingresos**: Ingresos variables, oscilando entre S/. 1000 y S/. 5000, dependiendo del flujo de proyectos. Buscan inversiones que ofrezcan un retorno rápido.
   * **Motivaciones y Necesidades**: Necesitan adquirir nuevas competencias para ejecutar proyectos de emprendimiento o trabajos freelance. Buscan opciones de formación que sean asequibles y les permitan implementar lo aprendido rápidamente.
   * **Comportamiento de Compra**: Están muy enfocados en la aplicabilidad inmediata de lo aprendido y priorizan el costo de la formación, optando por pagar en cuotas si es necesario. Buscan cursos con buena relación calidad-precio, y muchas veces eligen contenido accesible que puedan integrar fácilmente a sus proyectos.

**Buyer Persona dirigido al Perfil N° 2: Profesionales Jóvenes, ajustado con nuestra propuesta de valor**

**Propuesta de valor:**

* El precio similar a la competencia, pero la empresa brinda cursos con **la versión más actualizada** que existe de Power BI y Machine Learning.
* Cuenta con **docentes con experiencia**. Además de manejar la herramienta, también tiene experiencia laboral usándola, desde una visión gerencial, hasta una visón técnica y práctica, aplicada al mercado real.
* Desarrollamos **ejercicios con casos reales**.

**Perfil Detallado del Buyer Persona: Carlos Ramírez**

|  |  |
| --- | --- |
| Categoría | Descripción |
| Nombre | Carlos Ramírez |
| Edad | 30 años |
| Ocupación | Analista de Datos en Marketing Digital |
| Ubicación | Lima, Perú |
| Nivel Socio-Cultural (NSC) | Licenciado en Ingeniería de Sistemas, con 5 años de experiencia laboral |
| Sueldo Mensual | Entre S/. 2,500 y S/. 5,000 |
| Estado Civil | Soltero, sin hijos |
| Motivaciones | Avanzar en su carrera profesional, obtener un mejor salario, ser reconocido como experto en su área. |
| Objetivos | Conseguir un puesto de mayor responsabilidad, mejorar sus habilidades para ascender en su carrera y obtener un salario más alto. |
| Puntos de Dolor | - **Cursos obsoletos**: No se actualizan con frecuencia.  - **Falta de flexibilidad**: Tiene poco tiempo y no puede comprometerse a horarios fijos.  - **Falta de aplicabilidad real**: Los cursos no le permiten aplicar lo aprendido en el trabajo. |
| Necesidades | Cursos prácticos, con contenido actualizado, enfocados en **casos reales** aplicados al análisis de datos y machine learning. |
| Comportamiento de Compra | Busca cursos que ofrezcan **profesores con experiencia real**, **casos aplicados** al mundo real y contenido actualizado. Está dispuesto a invertir en formación si ve que se aplica directamente a su trabajo. |
| Preferencias | Formación con ejercicios prácticos, con **flexibilidad** para estudiar a su propio ritmo y con opciones de **pago accesibles**. |
| Fuentes de Información | LinkedIn, Medium, blogs de tecnología (Towards Data Science), webinars, YouTube, plataformas de cursos como Coursera y Udemy. |
| Plataformas de Cursos | Coursera, Platzi, LinkedIn Learning, edX, Udemy |
| Precio Aceptable | Entre S/. 200 y S/. 400 mensuales. Hasta S/. 1,000 con opciones de pago fraccionado mensual. |
| Tipo de Contenido Preferido | Cursos que ofrezcan **ejemplos reales**, con visión **técnica y gerencial**. Formación de calidad que sea aplicable a situaciones del mundo real. |

**Estrategias de Marketing Recomendadas para Carlos Ramírez**

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia | Descripción |
| Demostraciones y Webinars Gratuitos | Organizar **webinars gratuitos** donde se presenten **casos reales** de empresas utilizando herramientas de análisis de datos o machine learning. Mostrar cómo estas herramientas pueden aplicarse a situaciones del trabajo diario. |
| Enfatizar Actualización de Contenido | Resaltar que los cursos están **actualizados constantemente**, con herramientas y técnicas de última generación. |
| Testimonios de Profesores y Exalumnos | Mostrar los testimonios de **profesores con experiencia profesional** real, y de exalumnos que hayan logrado avanzar en sus carreras gracias a los cursos. |
| Casos Reales Aplicados en los Cursos | Promocionar que los cursos ofrecen **ejercicios prácticos basados en casos reales** de empresas que enfrentan desafíos reales, mostrando cómo el aprendizaje se aplica directamente en el mercado. |
| Flexibilidad en Precios y Formatos | Ofrecer **planes de pago flexibles** (mensuales o fraccionados) y destacar la **flexibilidad de horarios** para estudiar a su propio ritmo. |
| Certificación Profesional | Incluir una **certificación reconocida** que valide el conocimiento adquirido en el curso, con **credibilidad** en el sector, para que Carlos pueda mostrar su formación en su CV o LinkedIn. |
| Contenido Interactivo y Aplicado | Utilizar metodologías **interactivas** y ejercicios prácticos que permitan a Carlos aplicar lo aprendido **inmediatamente** en su trabajo, mejorando sus habilidades de forma rápida. |

**Resumen en Primera Persona de Carlos Ramírez:**

*Hola, soy* ***Carlos Ramírez****, tengo 30 años y soy* ***analista de datos*** *en una empresa de marketing digital. Mi carrera comenzó como ingeniero de sistemas, pero me di cuenta de que necesitaba actualizarme constantemente para ser competitivo en el mundo laboral. Trabajo con grandes volúmenes de datos para ayudar a las empresas a entender mejor a sus clientes, pero siento que mis conocimientos no son suficientes para avanzar a un puesto de mayor responsabilidad.*

*He intentado tomar cursos, pero muchos no me han servido porque no están* ***actualizados*** *o son muy* ***teóricos****. Lo que realmente necesito son* ***herramientas prácticas*** *que pueda aplicar a mi trabajo de inmediato. No quiero solo teoría, quiero saber cómo las empresas utilizan realmente estas herramientas. Además, el tiempo siempre es limitado para mí, por lo que necesito un curso que sea* ***flexible*** *y que se pueda tomar a mi ritmo.*

*Mi objetivo es* ***ascender profesionalmente****, obtener un puesto de liderazgo y ganar un salario más alto. Para lograrlo, sé que necesito* ***cursos prácticos****, con contenido actualizado, y lo más importante:* ***profesores con experiencia real*** *que me enseñen no solo la teoría, sino cómo aplicar estas herramientas en el mundo real. También busco* ***casos reales*** *que me ayuden a entender cómo resolver problemas del día a día en mi trabajo.*

*Si un curso me ofrece eso, estoy dispuesto a* ***invertir*** *en mi formación. Sé que es la clave para avanzar en mi carrera. ¡Espero encontrar algo así pronto!*

**Mapa de empatía**

|  |  |
| --- | --- |
| Categoría | Descripción |
| ¿Qué piensa? | - **"Necesito actualizarme rápidamente para seguir siendo competitivo en mi carrera."** - **"Tengo que aprender de casos reales, no solo teoría."** - **"Los cursos que he visto no me enseñan a aplicar lo aprendido en mi trabajo."** - **"Si invierto en formación, debe ser con un alto retorno y que se adapte a mi horario."** |
| ¿Qué siente? | - **Frustración**: Se siente incapaz de avanzar profesionalmente si no actualiza sus conocimientos y habilidades. - **Ansiedad**: Preocupado por quedar atrás en un campo tan competitivo. - **Confusión**: La oferta de cursos es abrumadora y no sabe cuál elegir. - **Esperanza**: Cree que la formación adecuada puede abrirle puertas para ascender profesionalmente. |
| ¿Qué escucha? | - **"El análisis de datos y machine learning están revolucionando las industrias. Los que no se actualicen van a quedarse atrás."** (de compañeros de trabajo y en redes sociales). - **"Los mejores cursos son los que ofrecen aplicaciones reales de las herramientas, no solo teoría."** - **"Para progresar en tu carrera necesitas experiencia práctica."** (de mentores y líderes de su área). |
| ¿Qué ve? | - **Cursos online masivos, pero sin profundidad ni aplicaciones reales.** - **Profesionales más avanzados que él utilizando las herramientas que desea aprender.** - **La oferta en el mercado está saturada, pero pocos cursos realmente aplicados al trabajo real.** - **Testimonios de personas que han avanzado en su carrera gracias a formaciones específicas.** |
| ¿Qué dice y hace? | - **"Estoy buscando cursos prácticos, que me ayuden a aplicar lo que aprenda en mi trabajo diario."** - **"Quiero que el curso se enfoque en herramientas actualizadas y en cómo se utilizan en la práctica."** - **"Necesito flexibilidad, porque mi tiempo es limitado."** - **Se inscribe en webinars gratuitos** y sigue a expertos en plataformas como LinkedIn y Medium, buscando ejemplos reales de cómo las herramientas se usan en el mercado. |
| ¿Qué espera ganar? | - **Avanzar profesionalmente** y obtener un puesto más alto en su empresa. - **Mejorar su salario** y obtener un reconocimiento mayor en su campo. - **Adquirir habilidades aplicables y valiosas** en su rol actual, como Power BI y Machine Learning. - **Conseguir formación práctica**, que le permita poner en práctica de inmediato lo que aprende en su trabajo. |

**Conclusión para Estrategias de Marketing:**

* **Conectar con la Ansiedad de Carlos**: Para abordar su frustración y ansiedad, tu estrategia debe resaltar cómo tus cursos están **actualizados** y **enfocados en la práctica**. La **aplicabilidad inmediata** de lo aprendido en sus tareas diarias debe ser un punto central en la promoción.
* **Resaltar la Flexibilidad y Acceso**: Carlos tiene poco tiempo, por lo que la **flexibilidad en los horarios de los cursos** y la posibilidad de estudiar a su propio ritmo serán muy atractivas para él. Es importante mencionar en tus campañas de marketing cómo **él podrá acceder al material en cualquier momento** y cómo podrá adaptar la formación a su jornada laboral.
* **Responde a su Necesidad de Casos Reales**: Aprovecha los **testimonios** y ejemplos de **casos reales** aplicados a las empresas, para que vea que los cursos no solo le enseñan teoría, sino que le ayudan a **resolver problemas reales** de su industria.
* **Posiciona la Formación como una Inversión Profesional**: Muestra cómo la formación tiene **un retorno claro de inversión** en términos de ascensos laborales y mejoras salariales. Resalta que la capacitación está diseñada para hacer avanzar a los **profesionales como Carlos**, que desean obtener un **puesto de liderazgo**.

**Buyer Journey**

**Buyer Journey para Carlos Ramírez**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aspecto | Descubrimiento | Consideración | Decisión |
| Descripción | Carlos está comenzando a percatarse de que necesita actualizar sus conocimientos, pero aún no sabe exactamente cómo hacerlo. Está buscando información general sobre analítica de datos y machine learning. | Carlos está buscando opciones específicas para mejorar sus habilidades y comparar entre diferentes cursos. Está considerando el tipo de formación que mejor se adapte a sus necesidades. | Carlos ya ha identificado varios cursos y está tomando la decisión final sobre cuál tomar. Está comparando precios, flexibilidad, contenido y reputación de los cursos. |
| Objetivos | - Captar la atención de Carlos. - Introducir el tema de **actualización de habilidades** en el mundo de la analítica de datos y machine learning. | - Diferenciarte de la competencia. - Mostrar cómo tu propuesta ofrece cursos **actualizados y aplicables** a situaciones reales del trabajo. | - Persuadir a Carlos de que tu curso es la mejor opción. - Reforzar la **aplicabilidad real** y el **valor de la inversión**. |
| Estrategia de Contenido | - Artículos educativos sobre la **importancia de la analítica de datos** en el mercado laboral. - **Guías introductorias** a herramientas populares (Power BI, Machine Learning). - Contenido sobre **el futuro del trabajo en la analítica**. | - **Casos de estudio** de empresas que han usado los conocimientos de tus cursos. - Comparación entre cursos de analítica de datos y machine learning. - Entrevistas con **docentes expertos** sobre su experiencia laboral y la **aplicación real** de las herramientas. | - **Testimonios de alumnos** que han mejorado sus carreras con tus cursos. - Oferta especial o **descuentos** para los primeros inscritos. - **Certificación de finalización** destacada que le ayude a conseguir un empleo o ascender. |
| Canales de Distribución | - Blog de la empresa. - Redes sociales (LinkedIn, Twitter). - YouTube (videos cortos explicativos). - Anuncios pagados (Google Ads, LinkedIn Ads). | - Blog de la empresa. - Redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram). - Email marketing (con información sobre cursos y webinars). - Webinars en vivo. | - Email marketing (ofertas, promociones y testimonios). - Landing page en tu sitio web (para capturar inscripciones). - Redes sociales (testimonios de exalumnos en LinkedIn o YouTube). |
| Ejemplos de Contenido | - "¿Por qué la analítica de datos es la habilidad más demandada de 2025?" - "Cómo empezar con Power BI: una guía para principiantes". - "5 razones para aprender Machine Learning este año". | - "Caso de éxito: cómo una empresa de marketing digital aumentó sus ventas utilizando Power BI". - "La diferencia entre aprender teoría y aprender con ejemplos reales: entrevista con un experto en Machine Learning". - "¿Qué curso de Machine Learning es el adecuado para ti? Comparativa entre las mejores opciones". | - "Testimonios de graduados: Cómo nuestros cursos ayudaron a mejorar sus carreras". - "Últimos días para inscribirte en nuestro curso de Machine Learning con un descuento especial". - "Certificación profesional en Power BI: ¿Vale la pena?". |

**4. Posicionamiento de la Marca**

* **Who?** Kognodemy se dirige a jóvenes con ganas de superarse en temas tecnológicos, aprender de docentes con experiencia real y crecer laboralmente en sus trabajos.
* **Why?** Nuestro propósito brindar herramientas prácticas y actualizadas en temas tecnológicos, con una visión técnica y gerencial.
* **How?**  A través de clases síncronas, con aulas de máximo 30 alumnos por clase y con docentes que apliquen en sus trabajos estas herramientas.
* **What?** Aprender Power BI y Machine Learning en corto tiempo de forma efectiva.
* **When?** Mensualmente se apertura un grupo.

**Declaración de posicionamiento**

**Kognodemy** se dirige a jóvenes ambiciosos que buscan superarse profesionalmente en el mundo de la tecnología, aprendiendo de docentes con experiencia real en el campo. Nuestro propósito es brindarles herramientas prácticas y actualizadas en temas tecnológicos, combinando una visión técnica y gerencial para su desarrollo. Lo logramos a través de clases síncronas, con un máximo de 30 alumnos por aula, y docentes que aplican estas herramientas directamente en su trabajo. Ofrecemos formación efectiva en **Power BI** y **Machine Learning**, en programas de corto plazo, con nuevos grupos cada mes, para que puedan avanzar rápidamente en su carrera.

“Aprende. Domina. Avanza.”

"Capacitación real, resultados rápidos."

"Transforma tu futuro, aprende con los expertos."

Principio del formulario

5. Personalidad y Tono de Comunicación

**Arquetipo de Marca: El Héroe + El Sabio**

**1. El Héroe (Dominio de la acción y superación personal)**

**Características clave:**

* **Valiente**: Kognodemy inspira confianza al ofrecer formación práctica y efectiva para avanzar en el mundo tecnológico.
* **Determinado**: La marca se compromete a proporcionar las herramientas necesarias para que sus estudiantes logren el éxito, sin importar los obstáculos.
* **Inspirador**: A través de historias de éxito de exalumnos y docentes, Kognodemy motiva a los estudiantes a alcanzar su máximo potencial.
* **Competitivo**: La marca ofrece formación avanzada para que los estudiantes puedan destacar y sobresalir en el mercado laboral.

**Comportamientos de la marca**:

* La marca está presente como **un mentor confiable** que empodera a sus estudiantes para que tomen acción y superen sus limitaciones.
* Se enfoca en **soluciones rápidas y efectivas** para los jóvenes profesionales que desean avanzar rápidamente en sus carreras tecnológicas.
* Se comunica con **lenguaje directo y motivador**, destacando el valor de la educación como herramienta para enfrentar desafíos.

Por ejemplo, Carlos Ramirez busca **crecer profesionalmente** y necesita una marca que le dé la confianza para tomar las riendas de su educación y avanzar rápidamente en el mundo tecnológico. Kognodemy le ofrece lo que necesita para ser un **Héroe de su propia historia.**

**2. El Sabio (Búsqueda de la verdad y conocimiento profundo)**

**Características clave:**

* **Sabio y reflexivo**: Kognodemy se presenta como un experto que entiende la profundidad de los temas que enseña, no solo en la teoría, sino también en la práctica.
* **Instructivo**: La marca utiliza **contenidos claros, profundos y prácticos** para transmitir conocimiento relevante y valioso para sus estudiantes.
* **Autoridad confiable**: Los docentes no solo dominan las herramientas, sino que tienen una vasta experiencia profesional, lo que le da a la marca autoridad y credibilidad.
* **Curioso y explorador**: Kognodemy se mantiene actualizado, asegurando que sus cursos sean siempre lo más relevante y actual posible.

**Comportamientos de la marca**:

* Utiliza un enfoque **educativo y experto**, asegurando que sus programas están diseñados no solo para enseñar lo que está de moda, sino para **brindar conocimientos sólidos y aplicables** en situaciones reales.
* Proporciona **contenidos reflexivos**, como entrevistas con expertos y casos prácticos, para que los estudiantes comprendan **la relevancia de lo que están aprendiendo** en el mercado actual.
* Promueve el **pensamiento crítico** y el **aprendizaje práctico**, fomentando una comprensión profunda que va más allá de los conceptos superficiales.

En el caso de Carlos, busca **profundizar en sus conocimientos** de manera práctica y significativa. Kognodemy, con su enfoque basado en docentes expertos y casos reales, le ofrece la profundidad que necesita para **dominar herramientas como Power BI y Machine Learning** de una manera que se pueda aplicar directamente en su trabajo.

**Resumen de la Personalidad de Marca de Kognodemy**

* **Es una marca que empodera a sus estudiantes**: Ofrece cursos prácticos, con un enfoque claro en el desarrollo profesional y en el dominio de las tecnologías clave que están revolucionando el mercado laboral.
* **Es confiable y experta**: La marca tiene un conocimiento profundo y actualizado de las herramientas que enseña, respaldado por docentes con experiencia laboral real.
* **Es inspiradora y motivadora**: Alienta a los estudiantes a superar sus límites y a tomar acción para avanzar en su carrera profesional.
* **Es competitiva y eficaz**: Ofrece soluciones rápidas, directas y aplicables que permiten a los estudiantes destacarse en el ámbito tecnológico y alcanzar sus metas profesionales.

**Comunicando esta Personalidad en el Mercado**

**1. Mensajes clave:**

* "Transforma tu futuro con conocimientos reales y aplicables."
* "Formación práctica de expertos, para que domines lo último en tecnología."
* "Da el siguiente paso en tu carrera con cursos diseñados para profesionales ambiciosos."

**2. Estrategias de comunicación:**

* **Testimonios de exalumnos** y casos de éxito reales.
* **Webinars en vivo y masterclasses** impartidas por expertos del sector.
* **Contenido educativo de alta calidad** (blogs, artículos, videos) que demuestren la experiencia y autoridad de la marca.

La personalidad de **Kognodemy** está construida sobre los arquetipos del **Héroe** y el **Sabio**, lo que refleja su propuesta de valor centrada en el **empoderamiento** y el **conocimiento práctico**.

**Tono de comunicación**

Dado que la marca está posicionada en el ámbito educativo-tecnológico, con un enfoque práctico y profesional, el tono debe ser **motivador, confiable, accesible y profesional**. A continuación, te detallo los aspectos clave del tono de comunicación:

**1. Lenguaje**

* **Claro y directo**: El tono debe ser simple, sin jerga innecesaria, y fácil de comprender. Carlos, siendo un joven profesional autodidacta, prefiere la claridad y la concreción en los mensajes. El objetivo es hacerle sentir que está obteniendo exactamente lo que necesita sin rodeos.
* **Motivador y alentador**: Usaremos un lenguaje que inspire confianza y acción. Queremos que Carlos sienta que tiene el poder de **transformar su carrera** y mejorar su futuro con las herramientas que ofrece Kognodemy. Mensajes como "Da el siguiente paso" o "Conviértete en el experto que el mercado necesita" ayudan a fomentar este sentimiento.
* **Inspiracional y empático**: Reconoceremos los desafíos que enfrenta Carlos, como compaginar el trabajo con el estudio y la presión de mantenerse actualizado en un mundo tecnológico. Se usará un lenguaje que refuerce la idea de que Kognodemy está aquí para apoyarlo en ese camino de crecimiento.

**2. Formalidad**

* **Semi-formal**: El tono de Kognodemy debe ser **profesional** pero **accesible**, creando un ambiente de confianza sin ser excesivamente rígido ni distante. Es importante balancear la **seriedad educativa** con un enfoque **amigable y cercano**, ya que el público objetivo de Carlos es nativo digital y está acostumbrado a una comunicación directa, fluida y menos formal que la tradicionalmente utilizada en ambientes académicos.
* En algunos casos, dependiendo del canal de comunicación, el tono podría adaptarse ligeramente a un estilo más informal (en redes sociales o mensajes rápidos), manteniendo siempre el respeto y la autoridad en el contenido.

**3. Estilo**

* **Conversacional pero profesional**: La marca debe sonar como un **mentor confiable y cercano** que habla directamente a su audiencia. Se debe evitar la rigidez académica, usando un estilo que se sienta natural y cercano, pero sin perder la autoridad que aporta el conocimiento práctico y experto.
* **Enfocado en la acción**: Kognodemy debe usar un estilo persuasivo que impulse a la acción inmediata, motivando a Carlos a inscribirse, estudiar y aplicar lo aprendido. Llamados a la acción como "¡Comienza hoy!", "¿Estás listo para transformar tu carrera?" o "¡Hazlo posible!" ayudan a generar ese empuje.
* **Proactivo y práctico**: El estilo debe ser orientado a la **resolución de problemas** y **resultados rápidos**. Los estudiantes como Carlos quieren saber exactamente cómo un curso les ayudará a alcanzar sus metas profesionales de manera efectiva y rápida. Se debe evitar la vaguedad y centrarse en lo tangible.

**4. Emociones a evocar**

* **Confianza**: Carlos debe sentir que Kognodemy es una marca que entiende sus desafíos y le ofrece las soluciones que necesita, apoyándolo en su crecimiento profesional. Queremos que perciba a Kognodemy como una fuente confiable de conocimiento que le permitirá avanzar rápidamente en su carrera.
* **Empoderamiento**: La comunicación debe evocar emociones de **autonomía y poder personal**, dando a Carlos la sensación de que tiene el control de su educación y su futuro profesional. Queremos que se sienta capaz de lograr sus objetivos.
* **Motivación y superación**: El tono debe inspirar a Carlos a dar el siguiente paso en su carrera. La comunicación debe transmitir la idea de que, con los cursos de Kognodemy, puede alcanzar **nuevos niveles de éxito**, enfrentando cualquier desafío con las herramientas adecuadas.

**5. Consistencia en todos los canales**

* El tono debe ser consistente a través de todos los canales de comunicación, ya sea en el **sitio web**, **redes sociales**, **email marketing** o en los **webinars**. A pesar de las variaciones de formato, el mensaje debe mantenerse alineado con el **propósito** de Kognodemy de proporcionar educación tecnológica **actualizada y aplicada**, mientras se mantiene un **enfoque cercano** que conecta emocionalmente con Carlos.

**Ejemplo de aplicación del tono de comunicación:**

1. **Página de inicio del sitio web:**

"¡Da el siguiente paso en tu carrera tecnológica con Kognodemy! Aprende de expertos con experiencia real y transforma tu futuro con cursos prácticos en Power BI y Machine Learning. ¡Es momento de dominar las herramientas que los líderes usan!"

1. **Email de bienvenida:**

"¡Bienvenido a Kognodemy, Carlos! Estás a punto de comenzar un viaje de aprendizaje que cambiará tu carrera. Nuestros cursos están diseñados para brindarte conocimientos aplicables y actualizados, de la mano de expertos que no solo enseñan, sino que también viven lo que te enseñan. ¡Es tu momento de brillar!"

1. **Post en redes sociales:**

"¿Estás listo para dar el siguiente paso? Conviértete en un experto en Power BI y Machine Learning con Kognodemy. Aprende de los mejores y lleva tu carrera al siguiente nivel. ¡Únete a nuestra próxima clase!"

1. **Webinar promocionado:**

"¿Quieres saber cómo el Machine Learning puede transformar tu carrera? Únete a nuestro webinar con expertos en el campo, y aprende cómo aplicar estas herramientas hoy mismo. ¡Regístrate ahora y asegura tu lugar!"

**Resumen del tono de comunicación de Kognodemy:**

* **Tono principal**: Motivador, confiable y accesible.
* **Estilo**: Conversacional, pero profesional y enfocado en resultados rápidos.
* **Emociones**: Confianza, empoderamiento y motivación para superar desafíos y alcanzar el éxito profesional.
* **Lenguaje**: Claro, directo y persuasivo, con énfasis en la acción y el crecimiento personal.

Este tono hará que **Carlos Ramírez** se sienta respaldado por una marca que entiende sus necesidades y lo motiva a actuar para transformar su carrera.

6. Moodboard de la Identidad Gráfica

*(Crea un moodboard que represente la identidad gráfica de la marca. Incluye colores, tipografías, estilos visuales, y otros elementos que se utilizarán en los medios de comunicación).*

Visualmente: Sobria, minimalista. Confirmar con chatgpt.

Marcas de referencia: Udemy, Coursera

7. Acciones de Marketing Digital

*(Explica cuáles serán las acciones específicas que se llevarán a cabo para lograr cada uno de los objetivos SMART).*

**¿Qué acciones de marketing estás considerando implementar junto a esta identidad?**  
Publicidad digital, redes sociales.

**¿En qué medios se aplicará el logotipo/identidad?**  
(Web, redes sociales, papelería, productos físicos, etc.) **Web, Redes sociales,**

8. Diseño del Ecosistema Digital

*(Diseña el ecosistema digital de la marca, incluyendo los diferentes medios y plataformas. Define la función de cada medio dentro de la estrategia digital).*

9. KPI’s Principales

*(Identifica los principales indicadores clave de rendimiento (KPI’s) para cada uno de los objetivos SMART planteados)*

PREGUNTAS

* Costo por curso para definir el segmento: S/. 280 x 24 hrs x 1 mes (8 sesiones)
* Cuanto gana cada alumno +/-: S/. 1500 – S/. 5000
* Que certificado le dan al final: A nombre de la nación, del Instituto
* Nombre de los cursos cortos:
  + Analítica de datos con Power BI
  + Storytelling with data
* Machine learning: 4 meses

Competidores

* Directos: Institutos que dictan cursos cortos como Idat, Cibertec, Sise, NewHorizont, etc
* Indirectos: Plataformas de MOOCs (Udemy, Coursera, Crehana, etc), Cursos gratuitos en línea pregrabados, videotutoriales en youtube,