

mr.
marcel
school

40h lectivas
intensivas
y muy prácticas

Skills & Tools

Behavioral Design & CRO

OCT
2022



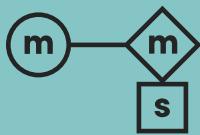
Sede en La Industrial
C/ San Andrés 8, 28004 Madrid
dinos@mrmarcelschool.com

Mr. Marcel School

es una escuela de diseño innovadora, abierta y contemporánea dirigida a profesionales de las industrias creativas con **paladar fino y afición por el detalle**.

Nuestra forma de hacer está basada en tres ejes: la calidad de contenidos y profesorado, el cuidado de la experiencia y el firme convencimiento de que para una escuela “el futuro es hoy”.

Todo con flow y mucho de “Always with cariño”



mr.
marcel
school

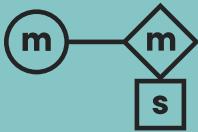
Behavioral Design

¿Qué es lo que lleva al cliente a escoger un producto sobre otro? ¿Cómo un pequeño cambio en una landing dispara las conversiones? ¿Cómo evitar que los clientes se nos caigan en el check-out?

El Behavioral Design se fundamenta en la creación de contextos y experiencias que favorezcan que los usuarios realicen las acciones deseadas. Para ello, se basa en la evidencia científica sobre los principios que influyen sistemáticamente en nuestro comportamiento sin que nos percatemos y la data sobre el comportamiento de nuestros usuarios.

Con el entendimiento de estos mecanismos y modelos comportamentales podemos introducir pequeños cambios en nuestros productos, servicios y estrategias con un gran impacto en la consecución de nuestros objetivos. Siempre desde una base ética que mantenga intacta la autonomía y libertad de decisión de los usuarios.

Los datos hablan, las empresas que aplican Behavioral Design venden un 85% más y tienen un margen bruto un 25% mayor que sus competidores.



mr.
marcel
school

¿Qué vas a aprender?

Si quieras influir en el comportamiento de los consumidores, es fundamental comprender cómo funcionan y cómo abordarlos.

A través del conocimiento científico y aplicado de dos de los equipos más potentes del mundo en Behavioral Design aprenderás a:

- Comprender los mecanismos que determinan las decisiones y comportamientos de tus clientes.
- Aplicar estrategias psicológicas al diseño de productos, servicios o interfaces.
- Segmentar a los usuarios en función de su comportamiento.
- Ayudar a los clientes a tomar mejores decisiones.
- Mejorar el porcentaje de ventas y conversiones influyendo sobre mecanismos comportamentales.
- Evitar los errores más comunes que cometemos a nivel profesional.

¿Qué habilidades obtendrás?

Todo Behavioral Designer cuenta con 2 habilidades básicas: conocimiento científico y empatía con el cliente. En este curso adquirirás estas dos habilidades básicas que te permitirán:

- Identificar los mecanismos comportamentales que afectan a tus clientes.
- Utilizar el contexto para influir en el comportamiento.
- Persuadir a los usuarios hacia una acción concreta de forma ética.

- Interpretar los datos de manera sencilla y precisa.
- Realizar experimentos A/B tests y RCT's rigurosos.
- Mejorar tus argumentos para vender tus diseños o ideas.
- Aumentar el impacto de tus diseños, servicios y productos.

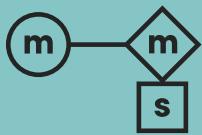
¿Es para ti?

Si de algún modo estás interesado en comprender e influir en las percepciones y comportamiento del consumidor, este curso es para ti.

El programa es especialmente útil para diseñadores, managers y profesionales de la comunicación y la publicidad que quieran anticiparse al futuro y progresar así en su carrera.

En un contexto en el que la "economía de la atención" ha cobrado una importancia fundamental, el éxito ya no sólo está determinado por la calidad del producto o servicio, sino por la percepción que el cliente tiene del mismo. Por eso las empresas, agencias de publicidad e instituciones, ya no pueden permitirse el lujo de ignorar las motivaciones y percepciones del cliente. Deben comprender cómo tomamos decisiones.

Si aprender los principios para comprender estos procesos y las herramientas para aplicarlos es clave para tu desempeño profesional, este curso es para ti.



Cómo es el curso y qué queremos obtener

Se trata de un curso práctico en el que aprenderemos los principios, técnicas y metodología de Behavioral Design a través de expertos de BeWay y BBVA, con un potente background académico y aplicado. Sus intervenciones de Behavioral Design sólo en 2022 han tenido un retorno económico de millones de euros.

El objetivo último es ayudarte a comprender los factores contra intuitivos que guían las decisiones de nuestros clientes. Éstos, que actúan como filtros para lidiar con la sobreinformación, no sólo determinan a qué información atendemos, sino también el valor que aportamos a productos y servicios. Este curso busca dotarte con las herramientas para aumentar el valor percibido de tu producto o servicio e incrementar las conversiones.

De manera eminentemente práctica, combinaremos conocimientos de psicología, neuro-marketing, tecnología y métodos creativos para comprender e influir en nuestros clientes. Navegaremos por ejemplos de Netflix, Google o Amazon, casos de éxito de nuestros docentes y ejemplos cotidianos.

Y lo que es más importante: aplicando lo aprendido a los ámbitos que te interesen o a tu propio proyecto.

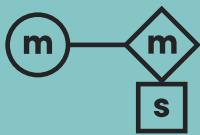
¿Qué diferencia hay entre esta formación y otras?

Este curso no sólo pretende darte unas pautas superficiales de acción, sino un entendimiento profundo del Behavioral Design para que puedas generar mejores experiencias y aumentar las conversiones en cualquier contexto. Para ello, es fundamental aportar un equilibrio entre la mayor rigurosidad técnica y la didáctica más amena y práctica.

Esto es precisamente lo que nos diferencia de otros cursos. Nuestros docentes tienen una elevada formación científico-académica en Behavioral Design, imparten formación en universidades y escuelas de negocio internacionales y aplican diariamente el Behavioral Design desde dos de los mayores equipos de Behavioral Design del mundo.

Ello se traduce en que recibirás la formación más rica de todo el mercado hispanohablante.

Todo lo que verás está avalado científicamente. Todos los ejemplos se basan en casos de éxito rigurosamente testados. Todo ello con un lenguaje claro y cercano, con tintes de humor y con experiencias curiosas con las que nos enfrentamos en nuestro día a día y por si fuera poco, buscaremos bajar todos estos conocimientos durante las sesiones a los casos que tú quieras.



mr.
marcel
school

Behavioral
Design & CRO

Skills & Tools

Sobre la metodología y el proyecto transversal

Como toda la formación impartida en Mr. Marcel este curso destacará por su intensidad y el método "learning by doing".

Lejos de los entornos aislados, somos firmes defensores del aprendizaje desde la experiencia y exigencias del mundo real. Nada como la inmersión para sacar todo el potencial junto a grandes profesionales, realizando casos prácticos en los que aprender a través del descubrimiento (práctica) y del esfuerzo. Entendemos el diseño desde una perspectiva holística y para ello es fundamental partir de una base humanista asociada a sus principios. Además, tendremos un acuerdo implícito: el de "darlo todo". Todos, escuela, docentes y alumnos, nos comprometemos a dar y ofrecer lo mejor de nosotros mismos.

Requisitos

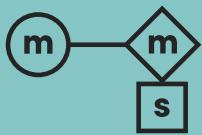
El único requisito es el interés por los motivos que mueven el comportamiento humano y por las estrategias para abordarlo.

Online Directo

Un curso en online directo es muy parecido a uno presencial, solo que a través de una pantalla. Es decir, que es una experiencia formativa intensa, dinámica y participativa, donde la parte práctica es aún más importante.

Las clases y las tutorías se impartirán a través de Zoom. Tendrás contacto directo con los profesores, conexión con el resto de alumnas y alumnos desde Discord y el contenido de las clases, tutorías y ejercicios disponible en Notion.

Además, la escuela estará contigo en todo momento para apoyarte en todo lo que necesites. Son cursos especialmente prácticos en los que la interacción con el docente y el resto de alumnos es constante y clave. Tener la cámara encendida y contar con una asistencia del 90% a las clases es imprescindible para recibir el certificado y, sobre todo, para sacarle el máximo partido al curso. Solo necesitarás seguir nuestras indicaciones, tener ganas de crecer, espíritu de trabajo, un poco de disciplina y, por supuesto, una buena conexión.



mr.
marcel
school

Behavioral
Design & CRO

Skills & Tools

Dirección del curso y docencia

Gonzalo Fernández Behavioral Team Leader en BeWay

Gonzalo ayuda a empresas y entidades públicas a aplicar el Behavioral Design para aumentar el impacto de sus productos y servicios. Actualmente es Behavioral Team Leader en BeWay, consultora líder de Behavioral Science en España, Latinoamérica y Caribe, con un perfil polivalente centrado en la gestión de proyectos, análisis estratégico, análisis y diseño conductual y experimentación en entornos físicos y digitales.

En los últimos años, ha liderado múltiples proyectos comportamentales en áreas tan diversas como la ambiental, salud, finanzas, turismo, comunicación o entornos digitales. Anivel formativo, es uno de los principales formadores de BeWay e imparte formación a empresas y universidades como la Universidad de Vigo o la Evidentia University de Florida. Gonzalo es Licenciado en Psicología por la Universidad de Santiago de Compostela y Máster en Intervención y Gestión Ambiental por la Universidad de Barcelona.

BeWay es la consultora líder en Behavioral Science en los países de habla hispana. Con un equipo de 40 consultores multidisciplinares, ayudan a grandes empresas a mejorar su desempeño profesional. En el último año han

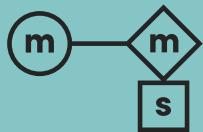
realizado más de 150 experimentos en entornos digitales, obteniendo un ROI de 4 a 1, y han formado a más de 500 profesionales de alto nivel. Entre sus clientes, se encuentran BBVA, el Banco Santander o el BID.

@gonzalofernández

Cecilia Morelos Macouzet Discipline Manager Behavioral Economics en BBVA México

Su misión es la de ayudar a clientes internos y externos a tomar mejores decisiones apoyándose en la economía conductual, así como coordinar el programa de formación de Behavioral Economics en BBVA México.

Tiene 9 años de experiencia en temas de análisis e investigación de mercados para el entendimiento de clientes y diseño de productos y comunicaciones. De la misma forma, su experiencia en consultoría la ha llevado a abordar temas de sustentabilidad, sesgos de género, inclusión financiera, productividad, entre otros. Cecilia, aplica las ciencias de comportamiento desde hace 7 años en entornos público y privados y ha dado clases, cursos y talleres en Economía Conductual y Ciencias del Comportamiento en Universidades como el Tec de Monterrey, el Laboratorio Nacional de Políticas Públicas del CIDE y la UNAM. Cecilia es Maestra en Economía



mr.
marcel
school

Behavioral
Design & CRO

Skills & Tools

y Ciencias del Comportamiento por la Universidad de Warwick (Inglaterra) y es Licenciada en Economía por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México).

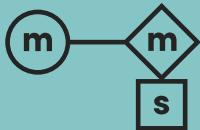
BBVA México es el grupo financiero más grande de México, pionero en el país en el entendimiento del cliente a través de las ciencias del comportamiento y cuenta con uno de los mayores equipos de expertos en Behavioral Economics del mundo. Con más de 25 millones de clientes, BBVA México tiene como misión poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era. Este propósito refleja su papel facilitador para ofrecer a sus clientes las mejores soluciones bancarias, ayudarles a tomar las mejores decisiones financieras e impactar positivamente en su vida.

@ceciliamorelosmacouzet

Otros docentes

Luis Efraín Paniagua Reyes
Digital Sales & Marketing Discipline
Manager

Profesional de MKT Digital con más de 7 años de experiencia en diferentes industrias, especializado principalmente en áreas de analítica y optimización, apasionado de aprender y mejorar constantemente en lo profesional y personal.
@luisefraín



Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

Dirección del curso:
Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández

Horarios clases:
Lunes, martes y miércoles
de 19 a 21h

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN A BEHAVIORAL DESIGN.

1.1.- Principios básicos de Behavioral Design

SEMANA 1

Lunes 24/10 (2h). Clase 1

¿Por qué nos comportamos como nos comportamos?

Docentes: Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández

· ¿Por qué procrastinamos? ¿Por qué no siempre compramos el producto que más nos conviene? ¿Por qué aguantamos a nuestros suegros? Los motivos que mueven nuestras decisiones suelen ser muy contraintuitivos y están más guiados por el contexto que por la lógica (no es lo que dices, es cómo lo dices).

Veremos que la parte de nuestro cerebro que toma las

decisiones nos hace caer en ilusiones cognitivas que determinan el modo en el que percibimos cada situación, nuestras decisiones de compra y nuestro comportamiento cotidiano. Comenzaremos a ver cómo podemos utilizar estas ilusiones a nuestro favor.

Clase 60% teórica, 40% práctica

Martes 25/10 (2h). Clase 2
Diseñar para Sheldon, diseñar
para Homer: diseñar para la
razón y la emoción

Docente: Cecilia Morelos

Hemos visto la importancia del sistema dual de pensamiento y el impacto de nuestra parte más irracional en las conversiones. Pero, ¿cuándo debemos apelar a la parte racional de nuestros clientes y cuándo a la parte más emocional? En esta clase veremos las condiciones en las cuáles debemos dirigirnos a la

parte de nosotros que se comporta como Homero a la parte que se comporta como Sheldon.

Clase 60% teórica, 40% práctica.

1.2.- Aplicando Behavioral Design a entornos digitales

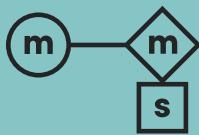
Miércoles 26/10 (2h). Clase 3

La psicología de la conversión

Docente: Gonzalo Fernández

Con base en lo aprendido hasta ahora, entenderemos mejor los principios imprescindibles que debemos seguir para aumentar las conversiones, a través de una combinación de diseño, comunicación y persuasión. También veremos los elementos más comunes en entornos digitales que hacen que nuestros clientes abandonen el funnel.

Clase 30% teórica, 70% práctica.



Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

SEMANA 2

Miércoles 02/11 (2h). Clase 4

Entiende al cliente

Docente: Gonzalo Fernández

Uno de los errores más comunes es centrarnos en los objetivos de negocio y no en los objetivos de nuestros clientes. Veremos la importancia de empatizar con el cliente, de entender el momento en el que se encuentra y reducir su incertidumbre para evitar caídas en el funnel. En esta sesión pondremos en práctica estos principios con ejemplos reales y casos de éxito.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

atacar a los sistemas de pensamiento y los principios básicos de la conversión. En esta sesión aplicaremos lo aprendido desde el inicio hasta el final del funnel de compra y descubriremos nuevos mecanismos conductuales.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

Dirección del curso:

**Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández**

Horarios clases:

**Lunes, martes y miércoles
de 19 a 21h**

a páginas de producto, emailing, formularios de registro y cualquier otro producto digital.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

1.3.- Los mecanismos de influencia social

Miércoles 09/11 (2h). Clase 7

Guía de Heurísticas y sesgos cognitivos I

Docente: Cecilia Morelos

Ya sabemos que nuestra forma de tomar decisiones es irracional: usamos atajos mentales (sesgos y heurísticas) que afectan a todas nuestras decisiones de una manera sistemática y predecible.

Veremos los sesgos más importantes y cómo potencian o inhiben nuestros comportamientos, tanto en la vida diaria como en nuestras estrategias, productos y servicios, con ejemplos

SEMANA 3

Lunes 07/11 (2h). Clase 5

Diseñando de la cuna a la tumba

Docente: Gonzalo Fernández

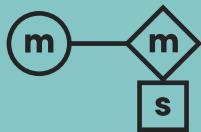
Ya habremos visto cómo tomamos decisiones, cómo

Martes 08/11 (2h). Clase 6

Método para aplicar Behavioral Design: Fogg Model

Docente: Cecilia Morelos

¿Cómo sistematizamos lo aprendido para influir en el comportamiento digital? Veremos uno de los modelos más parsimoniosos y poderosos para comprender y dirigir el comportamiento de nuestros clientes en función de 3 parámetros. Veremos el impacto que tiene en las conversiones, en la usabilidad y en las ventas, así como el modo de aplicarlo de manera sencilla



mr.
marcel
school

Behavioral Skills & Tools
Design & CRO

Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

prácticos y consejos de experto. También te proporcionamos una taxonomía de los mismos para saber cuáles utilizar en función del problema que abordes.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

SEMANA 4

Lunes 14/11 (2h). Clase 8

Guía de Heurísticas y sesgos cognitivos II

Docentes: Cecilia Morelos y Gonzalo Fernández

Veremos más de estas ilusiones cognitivas que hacen que distorsionemos la realidad a nuestro antojo y cómo aprovecharlas para aumentar las conversiones (nudging).

También veremos cómo contrarrestarlos cuando suponen una barrera (debiasing). En ambos casos, lo haremos utilizando el contexto, no la lógica.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

Martes 15/11 (2h). Clase 9
Guía de Heurísticas y sesgos cognitivos III

Docente: Gonzalo Fernández

El todo es más que la suma de las partes, y para nuestra mente $2+2$ no siempre son 4. Veremos que hay sesgos que se inhiben entre ellos, otros que se potencian y cuáles son los más potentes según la fase del proceso en el que se encuentre el cliente. También veremos ejemplos en los que la mala aplicación de los sesgos llevan a resultados contraproducentes.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

BLOQUE 2. METODOLOGÍA DE APLICACIÓN

2.1.- Behavioral Toolkit

Miércoles 16/11 (2h). Clase 10
Los pasos para aplicar BD a tus proyectos

Docente: Gonzalo Fernández

Dirección del curso:

Cecilia Morelos y Gonzalo Fernández

Horarios clases:

Lunes, martes y miércoles de 19 a 21h

El todo es más que la suma de las partes, y para nuestra mente $2+2$ no siempre son 4. Veremos que hay sesgos que se inhiben entre ellos, otros que se potencian y cuáles son los más potentes según la fase del proceso en el que se encuentre el cliente. También veremos ejemplos en los que la mala aplicación de los sesgos llevan a resultados contraproducentes. Clase 30% teórica, 70% práctica.

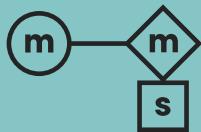
SEMANA 5

Lunes 21/11 (2h). Clase 11

Ánálisis conductual e ideación de soluciones

Docente: Gonzalo Fernández

En esta sesión practicaremos identificar los sesgos y heurísticas clave en nuestro proyecto, idear soluciones y priorizar las que puedan tener un mayor impacto.



mr.
marcel
school

Behavioral Skills & Tools
Design & CRO

Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

Después de esta sesión seremos capaces de construir propuestas de productos, servicios, páginas web utilizando Behavioral Design. Comprobarás su potencia y sencillez con ejemplos prácticos y aplicándolo a tu propio proyecto.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

2.2.- La importancia de los hábitos

Martes 22/11 (2h). Clase 12

Cómo crear un hábito I

Docente: Cecilia Morelos

Los negocios más exitosos son aquéllos capaces de generar hábitos en sus clientes, de tal modo que éstos realicen las acciones deseadas por inercia. Una vez comprendido el comportamiento del cliente y haber realizado tu diseño, es momento de crear hábitos en tus clientes.

Hay 3 elementos fundamentales que crean un hábito, y en esta clase veremos cuáles son exactamente, cómo los grandes negocios los han generado y cómo crearlos en nuestros proyectos.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

Miércoles 23/11 (2h). Clase 13

Cómo crear un hábito II

Docente: Cecilia Morelos

Construyendo sobre lo aprendido, en esta sesión aprenderemos a crear hábitos en otras personas. Como en todo el curso, buscaremos aplicarlo también con tus propios proyectos o los de tu empresa.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

BLOQUE 3: EXPERIMENTACIÓN Y HERRAMIENTAS CRO

Dirección del curso:

Cecilia Morelos y Gonzalo Fernández

Horarios clases:

Lunes, martes y miércoles de 19 a 21h

3.1.- La base de la experimentación y CRO

SEMANA 6

Lunes 28/11 (2h). Clase 14

Cómo diseñar un experimento I

Docente: Cecilia Morelos

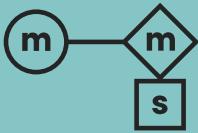
¿Cómo podemos saber en qué medida nuestro diseño está impactando en el comportamiento de los clientes? Hablaremos de temas importantes como qué debemos tener en cuenta antes de experimentar o los errores típicos al plantear un A/B test. Clase 35% teórica, 65% práctica.

Martes 28/11 (2h). Clase 15

Cómo diseñar un experimento II

Docente: Cecilia Morelos

Seguiremos indagando en cómo diseñar experimentos rigurosos y potentes de manera muy sencilla. También veremos



Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

Dirección del curso:

Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández

Horarios clases:

Lunes, martes y miércoles
de 19 a 21h

cómo los números pueden engañarnos si los abordamos de la manera incorrecta.

Clase 35% teórica, 65% práctica.

3.2.- Los datos y el comportamiento del cliente

Miércoles 30/11 (2h). Clase 16

Herramientas de análisis y experimentación, CRO I

Docente: Luis Efraín Paniagua Reyes (BBVA)

Hemos trabajado los principios básicos para entender el comportamiento y la metodología para influir en el mismo. Ahora aprenderemos a interpretar el comportamiento de nuestros clientes con base en los datos que disponemos de ellos.

Hablaremos sobre herramientas y metodologías que nos

permitan optimizar la experiencia de los usuarios en nuestros diferentes canales (analítica digital, mapas de calor, análisis de sesiones y testing de funnel). Con base en los datos, estableceremos hipótesis para realizar nuestros experimentos.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

SEMANA 7

Lunes 12/12 (2h). Clase 17

Herramientas de análisis y experimentación, CRO II

Docente: Luis Efraín Paniagua Reyes (BBVA)

Una vez entendida toda la base de CRO, buscaremos responder a dudas importantes como cuántos cambios debo hacer en un test, cuántas versiones de una página puedo testear, cuánto incremento de la conversión puedo esperar o cómo y qué

sesgos podemos usar para testar.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

BLOQUE 4: EL ÉXITO DE NUESTROS PROYECTOS

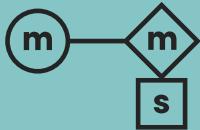
Martes 13/12 (2h). Clase 18

El lado oscuro de los sesgos

Docente: Gonzalo Fernández

Hemos visto cómo los sesgos y heurísticas afectan a los usuarios. Pero ¿cómo afectan a nuestro trabajo y al éxito de nuestros proyectos? En esta sesión veremos algunos de los principales sesgos que nos hemos encontrado sistemáticamente en las organizaciones y cómo evitarlos. Todo ello en base a un caso práctico que hemos vivido en nuestras propias carnes.

Clase 30% teórica, 70% práctica.



mr.
marcel
school

Behavioral Skills & Tools
Design & CRO

Behavioral Design & CRO

Octubre / diciembre 2022

Dirección del curso:

Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández

Horarios clases:

Lunes, martes y miércoles
de 19 a 21h

Miércoles 14/12 (2h). Clase 19

Behavioral Design para la
negociación, management e
influencia social

Docente: Cecilia Morelos

En esta sesión hablaremos de cómo utilizar el behavioral design para mejorar tus estrategias de negociación, management e influencia social. Todas las personas estamos influidos por elementos del ambiente y sesgos, por lo que podremos usar esta técnica de forma muy práctica para tu día a día con tus equipos de trabajo, clientes y hasta con tu familia y amigos.

Clase 30% teórica, 70% práctica.

**Docentes: Cecilia Morelos y
Gonzalo Fernández**

En esta sesión cerraremos el ciclo hablando sobre cómo utilizar el behavioral design para el bien y abordaremos las implicaciones éticas de la metodología mientras nos tomamos unas cañas virtuales para celebrarlo (o unos refrescos o lo que te apetezca ese día).

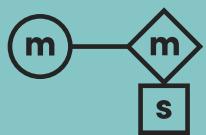
Clase 30% teórica, 70% práctica.

Fin del curso. Snif, snif...

SEMANA 8

Lunes 19/12 (2h). Clase 20

Utilizando Behavioral Design
para el bien / La importancia
ética del Behavioral Design



mr.
marcel
school

ALWAYS
WITH
CARIÑO