



## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 5333 - GROWTH HACKING

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Giovanni Giusti <[ggiusti@tecnocampus.cat](mailto:ggiusti@tecnocampus.cat)>

#### Llengües de docència

- Castellà

#### Presentació de l'assignatura

Entendre la startup com un procés sistemàtic d'experimentació on es proven coses que poden funcionar o no, i s'aprèn al llarg de l'activitat en lloc d'intentar que tot surti bé d'una sola vegada. Saber implementar tècniques que ajudin a escalar vendes, millorar els Indicadors Clau de Rendiment (KPIs) del negoci, captar nous clients i fins i tot establir embuts de venda automatitzats.

Al llarg del curs, explorarem els pilars essencials del Growth Hacking, com ara la composició de l'equip de creixement i el nivell de maduresa necessari en el producte per abordar amb èxit aquest procés. Detallarem les característiques de les estratègies de Growth Hacking que són distintives a cada fase de l'embut de producte (o funnel). A més, es presentaran diversos exemples de casos d'èxit per inspirar idees, tot i que s'adverteix que el Growth Hacking és un art en evolució constant, i el que va funcionar bé fa uns anys pot no tenir impacte en l'actualitat.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.
- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

##### Específica

- CE4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- CE15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
-

CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.

## General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

## Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

## Continguts

---

### Tema 1: Introducció al Growth Hacking

- 1.1 Presentació i Metes
- 1.2 Concepte de Growth Hacking
- 1.3 Equips Especialitzats a Growth Hacking
- 1.4 Procés d'Experimentació a Growth Hacking
- 1.5 Piràmide del Creixement de Sean Ellis
- 1.6 Test de Sean Ellis ("Must-Have" Survey)

### Tema 2: Disseny de l'Embut o Funnel

- 2.1 Introducció al Disseny del Funnel
- 2.2 Embut de Conversió
- 2.3 Personalització de l'embut
- 2.4 Trucades a l'Acció (CTA) i Disparadors (Triggers)
- 2.5 Després de l'Encaix Producte-Mercat
- 2.6 Prova Mínima Viable (MVT)

### Tema 3: Hackejant la Captació i l'Adquisició

- 3.1 Introducció a la Captació i Adquisició
- 3.2 Crawling i Scraping: Generació de Leads
- 3.3 Drivers, Ganxos i Moment "Aha!"
- 3.4 Efecte "Wow!" i Mètriques Associades

### Tema 4: Hackejant l'Activació

- 4.1 Introducció a l'Activació
- 4.2 Fluxos de treball i el procés d'Onboarding
- 4.3 Assegurar l'activació
- 4.4 Criteris de Pas d'Activació

- 4.5 Objectius i resultats clau (OKRs)
- 4.6 Cost d'adquisició de client (CAC o COCA)
- 4.7 Mètriques de la Vanitat

#### **Tema 5: Hackejant la Retenció**

- 5.1 Introducció a la Retenció
- 5.2 Fases de la Retenció
- 5.3 Màquina Viral "Pegajoso"
- 5.4 La Mètrica del Pol Nord (NSM)
- 5.5 La Mètrica que Importa (OMTM)
- 5.6 Anàlisi de Cohorts i Palanques de Retenció
- 5.7 Indicadors DAU, MAU i WAU

#### **Tema 6: Hackejant la Monetització**

- 6.1 Introducció a la Monetització
- 6.2 Empènyer perquè Paguin
- 6.3 Ingress Mitjà per Usuari (ARPU)
- 6.4 Valor del Temps de Vida del Client (CLV, LTV o CLTV)
- 6.5 Màquina de Virialitat: Pagat
- 6.6 Experimentar per Optimitzar el Preu

#### **Tema 7: Crea la teva Màquina de Referenciació**

- 7.1 Introducció a la Referenciació
- 7.2 Coeficient de Virialitat o Factor
- 7.3 Màquina Viral de Referenciació
- 7.4 Bones Pràctiques de les Growth Machine
- 7.5 Pros i Contres de la Gamificació
- 7.6 Efectes de Xarxa

#### **Tema 8: Eines de Growth Hacking**

- 8.1 Introducció a les Eines de Growth Hacking
- 8.2 Estratègies de Creixement
- 8.3 Eines de Growth Hacking I
- 8.4 Equació de Creixement

### **Objectius de Desenvolupament Sostenible**

---

- 07 - Energia neta i assequible
- 03 - Salut i benestar

### **Sistema d'avaluació i qualificació**

---

- 30% activitats a classe
- 30% presentació final
- 40% examen