

Content Design Ops: estrategia, planificación y equipo para impactar en el negocio

por Ana Lastra

Mayo 2024



El Instituto Tramontana existe para elevar el nivel de quienes crean productos y servicios.

Nos mueve una actitud humanista y multidisciplinar, convencidos de que no hay sentido en el trabajo si no se consagra a algo más que la eficiencia.



La directora	04
Contenido	07
Concreciones	13
Un espacio amable	17



LA DIRECTORA

Comenzar a trabajar en esta disciplina antes de que incluso lo fuera ha sido de sus mejores oportunidades laborales. Un recorrido de pruebas, errores y aciertos hasta definir el alcance e importancia del contenido en el producto digital.

Ana es Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense y ha colaborado con multinacionales, start ups, pymes y emprendedores en el desarrollo de estrategias de contenido para productos digitales B2C y B2B.

En la actualidad forma parte del desarrollo del nuevo e-commerce Miravia como Head of Content Design, liderando el equipo responsable del desarrollo de la narrativa del producto.



EL CONTENIDO

El Content Design está teniendo un crecimiento exponencial en el desarrollo de producto digital durante los últimos años, evolucionando de modelos de equipo de una o dos personas a modelos más completos, complejos y con mayor impacto.

Un curso tanto para personas en empresas como en consultoras que tengan el reto de impactar en el negocio con el contenido, de hacer frente a la creación y gestión del equipo, y de escalar y planificar procesos. Abordándolo siempre desde una visión del contenido holística y medible.

DÍA 01

Organización y personas

DÍA 02

Procesos y producción I

DÍA 03

Procesos y producción II

DÍA 04

Impacto

Organización y personas

Para que un equipo de contenido pueda desarrollarse y crecer dentro de una organización es necesario establecer unos principios básicos. En esta primera sesión veremos cómo definir dichos principios, los cuales nos permitirán construir la visión y misión como equipo.

Equipo: habilidades y responsabilidades.

Tipos de contenido, objetivos y ecosistema.

Modelo de governance, guidelines y arquitectura.

Caso práctico: definición de los retos de un equipo de contenido en diferentes escenarios de negocio y soluciones a implementar.

Habilidades a desarrollar

Pensamiento estratégico.

Definición del *scope* y objetivos.

Priorización de documentación y básicos.

Procesos y producción I

El core de un equipo de contenido, en la mayoría de los casos, es la producción. Uno de los grandes retos cuando se gestiona más de un proyecto y/o más de dos personas es definir los procesos para conseguir que esa producción sea de calidad, en tiempo y dentro de costes. En esta sesión trabajaremos en la parte de procesos y herramientas.

Priorización y estimación.

Control y escalabilidad.

Herramientas e implementación

Caso práctico: reflexión y propuestas sobre modelo organizativos para diferentes tipos de modelos.

Habilidades a desarrollar

Técnicas organizativas.

Standarización y técnicas de control.

Procesos y producción II

Continuamos en esta tercera sesión reflexionando sobre generar la producción del contenido, centrándonos principalmente en la calidad. ¿Cómo definimos la calidad del contenido? ¿Cómo aseguramos dicha calidad cuando trabajamos con múltiples equipos, requerimientos y objetivos?

Estrategia y creación

Colaboración con diseño, stakeholders y terceros

Control de calidad

Caso práctico: Análisis y resolución de diferentes casuísticas a las que se enfrenta un equipo de contenido durante el desarrollo del producto.

Habilidades a desarrollar

Técnicas de colaboración y negociación

Capacidad para identificar oportunidades de mejora y soluciones

Estrategia y gestión de contenido

Impacto

Uno de los grandes retos de un equipo de contenido es demostrar el impacto de la estrategia, de las palabras dentro de un conjunto que implica muchos elementos como interacción, visual, *triggers*... Una última sesión centrada en el análisis, defendiendo el contenido desde una perspectiva de negocio.

El valor del contenido en el producto digital.

Medir el contenido.

Case studies y visibilidad.

Caso práctico: debate sobre el valor del contenido en diferentes tipos de proyectos y cómo justificarlo.

Habilidades a desarrollar

Monitorización y evaluación.

Coordinación inter departamental.

Fechas, precio y pago flexible

El curso tiene una duración de cuatro días con frecuencia bisemanal, siendo cuatro sesiones de 3 horas cada una.

Presencial en nuestro espacio en Madrid, tiene un precio de 540€ con la posibilidad de hacerlo en un pago único, en dos pagos de 270€ o de bonificarse por FUNDAE.

Para ver las fechas de la próxima edición, puedes hacerlo desde [este enlace](#).

Política de cancelación

Si, por algún motivo tuvieses que cancelar tu asistencia, recibirás el importe íntegro de vuelta si faltan más de dos semanas naturales para el inicio.

Si falta entre dos y una semana, recibirás el 50% y si quedase menos de una semana perderías el importe de la matrícula, salvo la transfirieses a otra persona. Si se diese esa circunstancia, avísanos y quizás estemos a tiempo de encontrar a alguien en lista de espera.

Beneficios de FUNDAE. Que tu empresa pueda ayudarte a costear una parte del curso

Si trabajas en una empresa, independientemente de su tamaño y fecha en la que te incorporaste, tu empresa dispone por derecho de un importe mínimo anual de 420€ para formación, siendo en ocasiones una cantidad superior y que te permitirá costear una parte o la totalidad del curso o programa que solicites cursar.

Para conocer con exactitud de qué importe dispone tu empresa para tu formación y cuáles son los pasos a seguir, desde el Instituto podemos encargarnos de los trámites necesarios para conocer el importe asignado. Tu empresa sólo tendrá que firmar un papel de autorización –llamado contrato de encomienda– para que podamos ayudarte a conocer el importe.

A partir de ahí, si la empresa accede, emitiremos la factura total del curso para poder formalizar la plaza. Una vez finalizado el curso, será cuando tu empresa podrá beneficiarse de la bonificación.

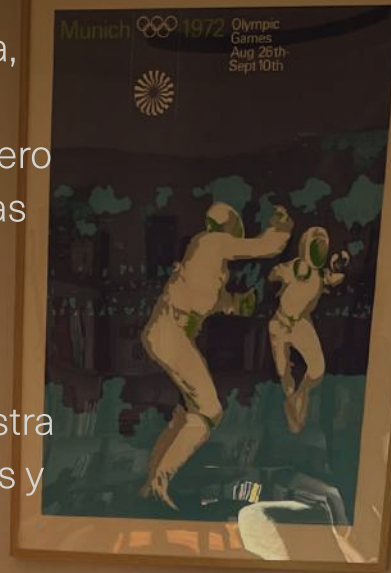
Un espacio amable

El espacio del Instituto está disponible para quienes viajen desde fuera, quienes quieran trabajar en sus proyectos o deseen, en algún momento, tomar un café, hacer uso de la biblioteca para descansar o leer algunos de nuestros libros.



Más como un salón y menos como un aula, habitar más que ocupar. Las personas aprendemos escuchando, y practicando pero también conversando, sometiendo nuestras ideas al criterio de quienes saben más o tienen puntos de vista distintos.

Conscientes de ello, hemos diseñado nuestra sede pensando en favorecer esos entornos y esas complicidades.



La sede del Instituto está en Goya 27, en pleno centro de Madrid. El espacio consiste en cinco grandes áreas en un total de 380 m², acondicionados para el trabajo, el estudio, la conversación y la enseñanza de la manera más confortable.

Acceder a la sede del Instituto en transporte público es muy sencillo. Tanto el bus 21 como el 53 paran en la puerta (parada Goya - Velázquez) y la línea 4 de metro tiene paradas equidistantes.







Los mejores profesionales saben que el acierto está entre el delectus y la utilitas; en puntos distintos, tramos enteros de ese recorrido.

La madurez profesional trae un secreto: ninguna gran obra — artística, empresarial o social— existe sólo en el terreno de lo utilitario y funcional; pero tampoco hay creación duradera ni próspera que se apoye sólo en lo emocional. El sentir necesita del usar, lo funcional demanda lo lírico, la poesía se complementa con la estructura y la razón se realiza cuando la acompaña la percepción de los sentidos.



Delectus

Utilitas

Los contextos, la historia, las ideas y la economía condicionan los el qué, el cómo y el porqué de la técnica.

Que el entendimiento ilumine el ejercicio. El acto de crear algo por repetición o imitación, el método sin reflexión o la herramienta sin cerebro... Son lugares de mediocridad. Quien ejerce la profesión de manera completa y capaz, el que abre camino y crea prosperidad, sabe que antes de actuar debe entender, antes de ejecutar debe aprehender. Aprendemos y formamos a personas que quieren gravitar y elevarse en esta tétrada, entre estos cuatro puntos cardinales.



Tramontana es el viento que se forma en el centro de Europa y descarga su fuerza en el sur, cuando llega al Mediterráneo.

Así, por accidente, conecta dos actitudes alternativas de un mismo espíritu humanista, de norte a sur. Por él, nuestro Instituto se llama así.



La Tramontana



INSTITUTO TRAMONTANA

Calle de Goya 27, 4ºD
28001 Madrid

[Ver en Google Maps](#)

Contacto

+34 623 10 63 90

contacto@tramontana.net

