

# Nuevos territorios para los periódicos

Cómo el contenido fuerza la manera  
en que pensamos sobre la línea  
editorial

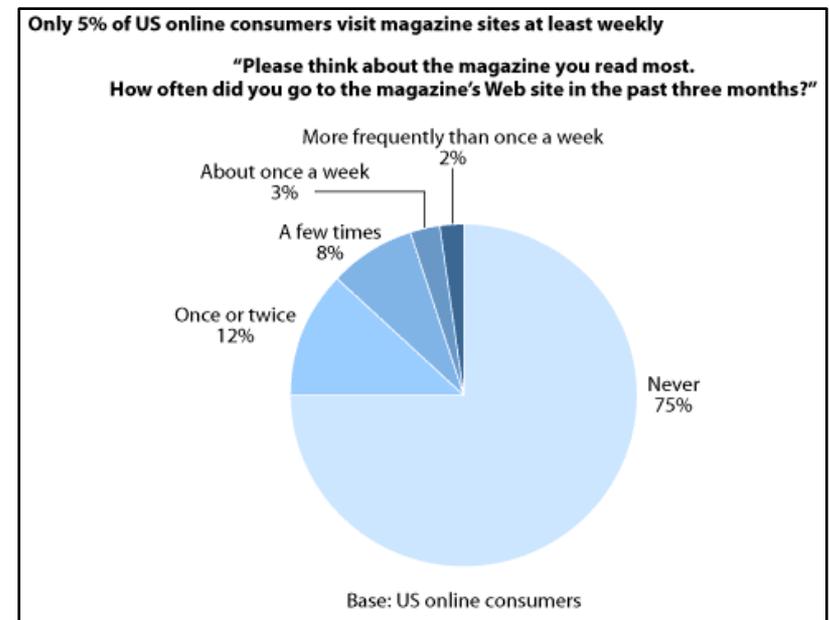
# Agenda

- Lo básico
- Captar la atención
- Monetización del contenido digital
- Enfoque en las audiencias
- Creación de contenido por parte de empresas ajenas a los medios

# De impreso a web: Un ejemplo de revista

# Retos para los sitios de revistas

- La mayoría de los consumidores no ven estos sitios diariamente
- Los visitantes son
  - Más jóvenes, mejor educación, mejor pagados
  - Tienen mayor experiencia en línea
- Los consumidores quieren contenido que
  - Complemente la revista
  - Sea nuevo y fresco
  - Sea para compartir
  - Tenga nuevos formatos: video, juegos, blogs, preguntas y respuestas al editor, aplicaciones móviles



Digitalizando el contenido del impreso

Aquí van 16 slides de imágenes

# Todo se trata del empaque y la publicidad

- Tener Flipbooks, mega flipbooks y galerías
- Tener enlaces relacionados con contenidos de alta velocidad en el mismo sitio o en la red en general
- Pensar como un buscador
- Pensar como un navegador
- Hacer mapas de demanda para crear y agendar nuevas programaciones.
- Revisar semanalmente el contenido más visto y las promociones
- Conocimiento interno
- Pasión por las ofertas
- Trucos sencillos y arreglos rápidos
- La buena vida y el buen precio
- Ayuda en las decisiones de vida
- Secretos y soluciones
- Perspectivas frescas
- Sorpresas

# Estrategias para que se haga clic

- El arte de provocar
- Haga preguntas
- Ponga a prueba el conocimiento
- Cuente historias cortas
- Haga todo sencillo

- Sea divertido
- Obtenga ganancia rápida
- Reaccione
- Hágalo relevante
- Hágalo brillante
- Haga juegos de números

# Los asesinos del click

- No lo haga sonar como trabajo
- No dé demasiada información
- “Una guía para...” “Nuestra guía para...” “Guía primordial para...”
- No use lenguaje cliché, trillado, poco imaginativo
- No redacte con lenguaje recargado
- No asuma que a la gente le importa
- No utilice datos o hechos poco conocidos (sin importar lo ingenioso)
- Programación compleja y poco adaptada al usuario (Vea Guía a...)

Programación de video original

# Aspectos claves del video

- Es muy costoso hacerlo bien
- La escala es esencial - más de 20 mil descargas de video por mes
- 90 segundos es la duración ideal
- La publicidad previa y posterior debe estar adaptada al medio

# La importancia del diseño

# Diseño del sitio web

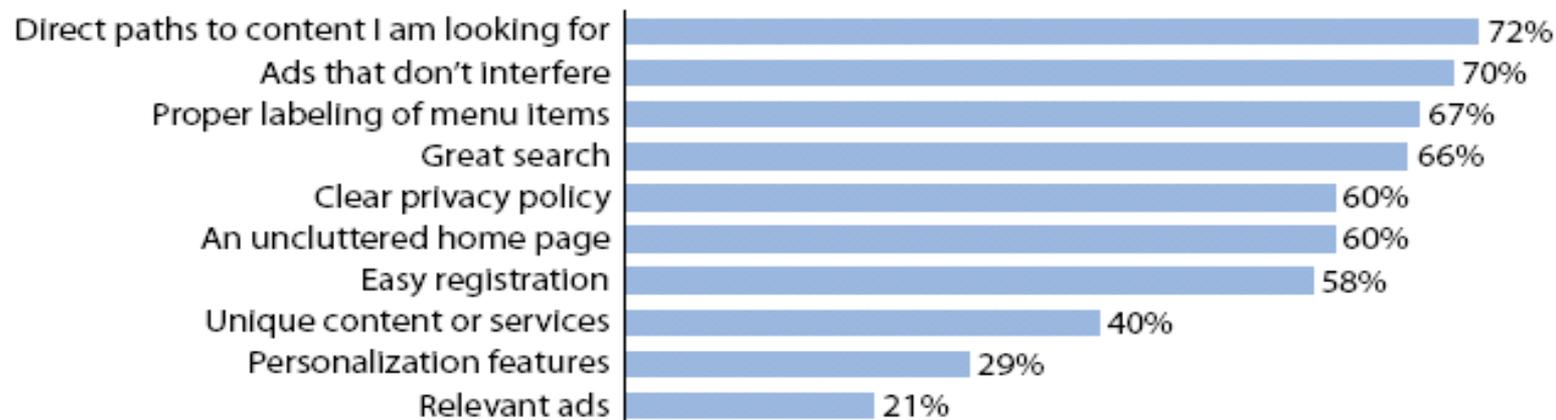
- Los consumidores están entrenados digitalmente y la demanda para hacer más cosas en línea está creciendo.
- Las marcas están siendo definidas por sus experiencias online.
- Las tecnologías están elevando estándares

# Qué quieren los usuarios

**Figure 1** Clear Navigation And Great Search Contribute Most To Great Content Experiences

## 1-1 Consumers want to get to relevant content quickly

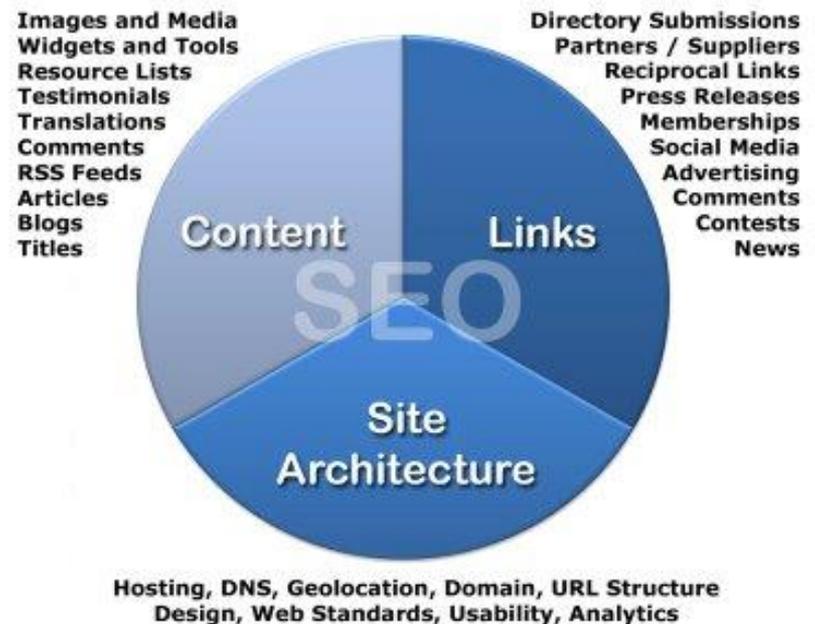
**“How important are each of the following site features to making your experience a good one?”\***



El poder de la optimización para buscadores  
(SEO, por sus siglas en inglés)

# Aumentando la visibilidad de un sitio para un buscador

- **Técnico** – Hacer más fácil para el motor de búsqueda acceder al índice de contenido del sitio
- **Editorial** – Usar títulos claros y descriptivos, titulares, pies de foto, etc. hace más fácil para el buscador entender de qué trata el contenido
- **Marketing** – Promueve enlaces al contenido. Esto le dice al buscador que el contenido es valioso



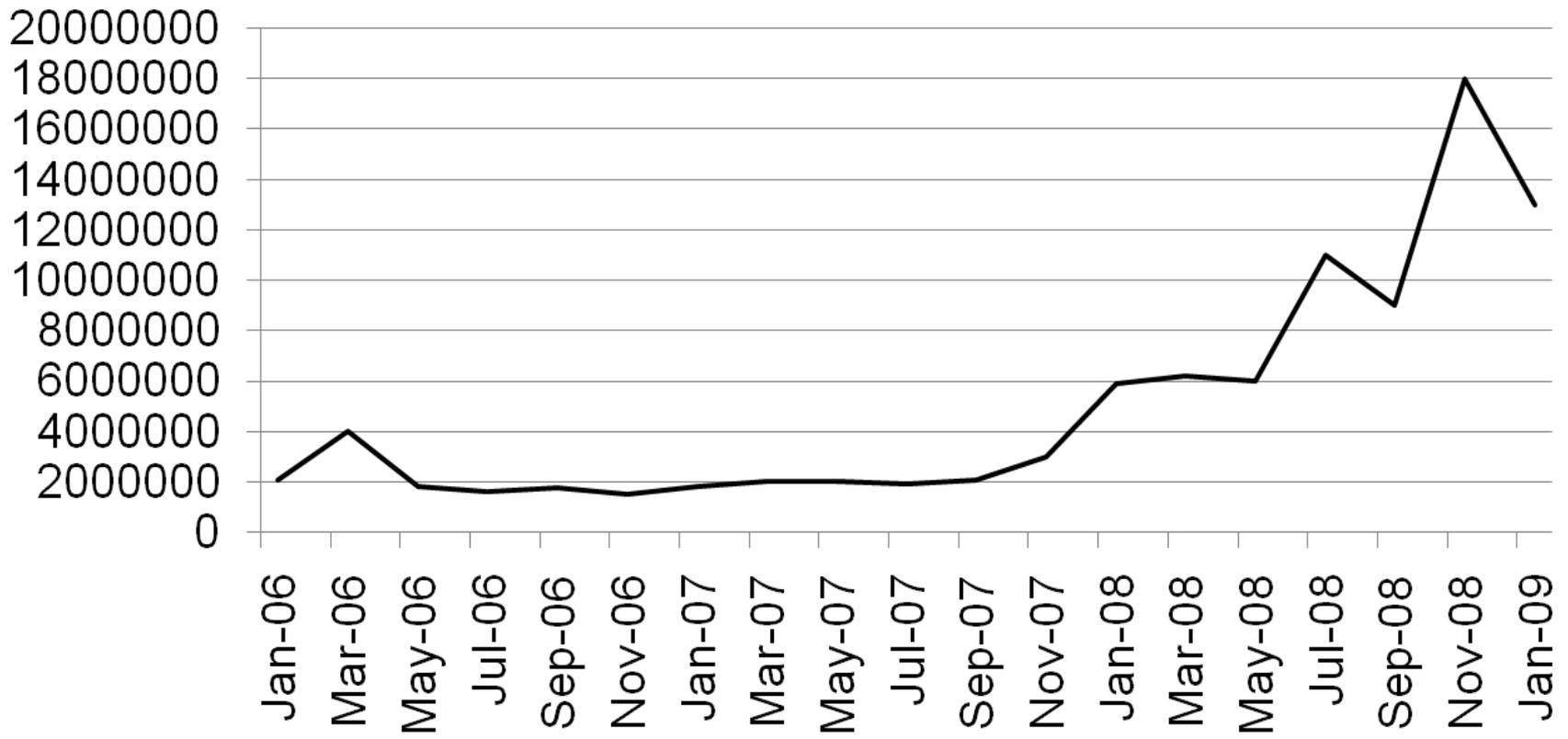
# Por qué el SEO es importante

- La optimización para buscadores permite a su sitio estar entre los primeros resultados de los buscadores cuando los títulos, etiquetas y otras palabras relacionadas al sitio se teclean en los buscadores
- Incrementa la credibilidad de su sitio
- Mejora la presencia en línea y reputación dando un sitio creíble cuando su nombre es tecleado en el buscador.

**Dos slides de  
ilustraciones**

# Los resultados están en los números

## Monthly Page Views



**Compromiso**

# Compromiso

- El compromiso del usuario es una nueva manera de describir y medir el comportamiento de consumidores en línea.
- El compromiso del usuario se utiliza para:
  - Fijar un valor para los anunciantes
  - Retener y adquirir consumidores
  - Justificar inversiones en contenido y funciones
- El compromiso del usuario es difícil de definir, y algunas veces medimos solo lo que podemos y no lo que debemos.

# Compromiso del usuario

“Compromiso es el nivel de involucramiento, interacción, intimidad e influencia que un individuo tiene con una marca a lo largo del tiempo”.

-Forrester Research, 2007

# Compromiso

- **Involucramiento** – La presencia de una persona en varios momentos clave de una marca
  - Visitantes únicos, páginas vistas por visitante único, tiempo invertido, visitas múltiples, visitas frecuentes.
  - Suscripciones, teleaudiencia, aplicaciones móviles, contenido sindicado
- **Interacción** – Las acciones de una persona en varios momentos clave de una marca
  - Clics, visualizaciones de video, UGC, fotos/videos cargados
- **Intimidad** – El afecto de una persona por una marca
  - Sentimientos expresados en un blog, foros, Twitter, porcentaje de tráfico directo.
- **Influencia** – La probabilidad de que una persona defienda el nombre de una marca
  - Reenvío, compartir con redes sociales; amigos, fans, seguidores, etiquetado de contenido

# Monetizando el contenido digital

# Monetizando el contenido digital

- Modelo de pérdida del mercado
- El modelo “free-mium”
- Contenido pago y servicios en incrementos
- Distribución y licenciamiento de contenidos
- Barrera de pago / modelo de suscripción
- Microtransacciones
- El modelo de contador
- El modelo de mercado

# Distribución y licenciamiento de contenido

Hay un crecimiento en la demanda de contenido mediático que proviene de compañías no mediáticas

- DailyCandy & Target.com
- DailyCandy & Crate & Barrel
- Style.com & Dillards.com

Ventajas: Los clientes no sufren

Desventajas: Altos gastos generales

Riesgo de disolución de la marca



# El modelo de pérdida de mercado

Contenido gratuito en un canal para direccionar las compras a los canales de mayor rentabilidad.

- Sitios web de revistas
- Radiohead, Prince
- Smilebox, Snapfish

Ventaja: Los clientes no sufren

Contras: Política empresarial

The image shows a screenshot of the Cosmopolitan website homepage. The layout is organized into several sections:

- Header:** Includes navigation links for 'SUBSCRIBE', 'Give a Gift', 'Customer Service', 'Free Games', 'Community', and 'Promotions'. It also features a search bar and a 'TRY: white teeth, birth control, acne products' banner.
- Main Navigation:** A horizontal bar with categories: HOME, SEX & LOVE, HAIR & BEAUTY, CELEBS & STYLE, QUIZZES & GAMES, SECRETS & ADVICE, and COMMUNITY & FREEBIES.
- Featured Content:**
  - 20 Sexy Ideas for Long Hair:** A large article featuring two women's faces.
  - New Stuff:** A section with sub-headers like 'Too Many Weddings? 8 Tips to Save Money', 'Bad-Girl Sex Tricks', 'Today's Poll', and '4 Career Tips to Get Ahead!'.
  - Secrets & Advice:** Includes 'PRACTICE SAFE SUN' and 'Practice Safe Sun'.
  - Hair & Beauty:** Features 'Celeb Hairstyles You Should Steal' and 'Banish Beard Barm Forever'.
  - Celebs & Style:** Includes 'Pink's Fashion Makeovers' and 'A Hot Male Model's Life Love'.
- Today's Featured Video:** A video player with the title 'Would you do him outside?'.
- Free Games:** A section with 'Match up the makeup kits in this totally addictive game' and 'Play a classic version of spider solitaire'.
- Enter to Win:** A section for 'Win a Guilty Tarsia Satchel from Avella.com'.

At the bottom, there are sections for 'Sex Position of the Day' and 'Cosmo Blogs'. A large banner at the bottom left promotes a 'COSMO Island Getaway Sweepstakes' with a deadline of 'Buy now! Expires April 30, 2011!'.

# El modelo “Free-mium”

- La mayor parte del contenido es gratuito y sostenido por la publicidad, con acceso pago a ciertos contenidos especiales

- Cuentas Pro en Flickr, LinkedIn
- Sitios de citas
- Compañías de videojuegos

Ventajas: Los consumidores que quieren más valor pueden obtenerlo y aquellos que no están dispuestos a pagar no quedan excluidos. El sitio puede mantener altos niveles de tráfico y vender publicidad digital

Desventaja: Solo funciona con ciertos tipos de contenido



# Contenido pago y servicios en incrementos

- Contenidos nuevos, servicios y aplicaciones se venden aparte del contenido central

-Dow Jones News Analytics

-BHG's decoratinginspiration.com

The screenshot shows the homepage of 'Decorating Inspiration' by Better Homes and Gardens. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Decorating', 'Home Improvement', 'Food & Recipes', 'Gardening', 'Crafts', 'Holidays', and 'Health & Family'. A prominent 'Join Now!' button offers instant access to over 20,000+ full-color photos. Below this, a 'Featured Photo' section displays a bedroom with a 'SAVE TO FAVORITES' and 'PRINT - FRIENDLY PAGE' option. A 'Our Photo Collection' menu lists various room types and decor ideas. On the right, there's an advertisement for 'Chex Mix' and a section for 'Interior Decorating Classes' with a '\$50' price tag.

Ventajas: Los consumidores que quieren un valor agregado lo pueden conseguir

Desventajas: Es difícil de justificar el gasto de la creación de nuevos productos

# Barrera de pago/ Modelo de suscripción

- La mayor parte del contenido está disponible solo para los suscriptores que han pagado

-WSJ.com

-ConsumerReports.org

-Netflix.com

Ventajas: Es transparente para los consumidores

Contras: Implica tanto una baja en el tráfico del sitio como una disminución de ingresos que provienen de anunciantes

**THE WALL STREET JOURNAL.** Customer Service: 1-800-369-2634 or email [onlinejournal@wsj.com](mailto:onlinejournal@wsj.com)  
Mon. - Fri., 7am to 10pm EST & Sat., 8am to 3pm. Dialing from outside the U.S.?  
[Print subscribers](#), [Students](#), and [Corporate Subscriptions](#), visit our specialized service centers.

Save Over 80%! Start by Choosing a Subscription...

| Subscription Option   | Price   | Features  |
|---|---|---|
| <b>Print and Online Journal</b><br><i>BEST OFFER</i><br>SAVE OVER 80% | \$2.69 per week<br>Plus 2 Free Weeks<br>(54 weeks in total) with your payment | ✓ Scoops & Updated News<br>✓ Online Markets Data Center<br>✓ News Alerts<br>✓ Doorstep Delivery 6 Days a Week |
| <b>Print Journal</b>  | \$2.29 per week   | ✓ Online Markets Data Center<br>✓ Doorstep Delivery 6 Days a Week   |
| <b>Online Journal</b>   | \$1.99 per week   | ✓ Online Markets Data Center<br>✓ Scoops & Updated News<br>✓ News Alerts                                      |

Already a subscriber to the print Journal?  
To qualify for even lower rates, enter your print account number and apply for discount:  
Do you need your account number? [Click here](#)

▶ [Already have a WSJ.com username and password?](#)

# Microtransacciones

- Vender pequeñas partes del contenido, individualmente, mediante transacciones sencillas

-iTunes music tracks, TV shows

-iPhone / iPad apps

-VOD

Ventaja: crear una vez, vender muchas veces. Los consumidores pagan solo lo que desean adquirir

Desventajas: Los clientes sienten que compran cosas en una tienda barata

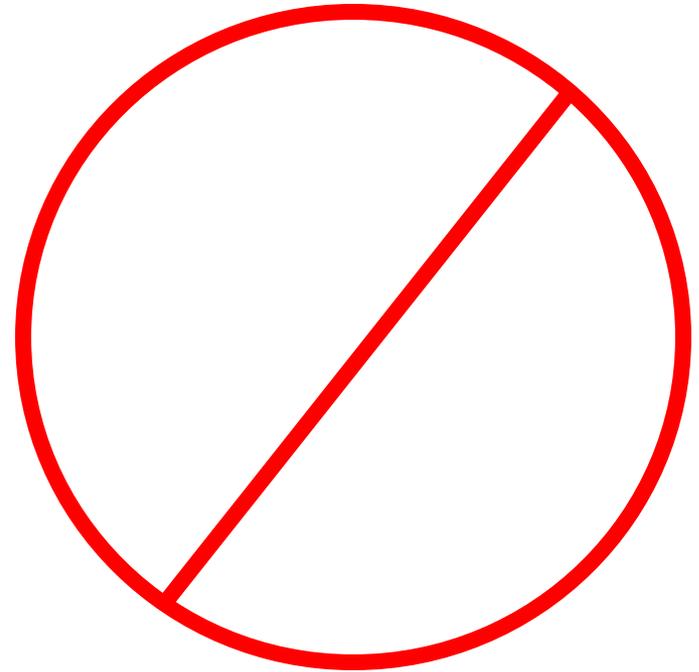
| Name                     | Description  | Time  | Popularity | Price      |
|--------------------------|--|-------|------------|------------|
| 15. Across the Sea       | Locke's motives are finally explained.   | 44:00 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 13. The Last Recruit     | Alliances are forged and broken as Lock...   | 44:05 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 12. Everybody Loves Hugo | Hurley agonizes over what the group's next move should be; Locke is curious about the new arrival in his camp. | 43:36 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 11. Happily Ever After   |  | 43:53 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 10. The Package          |  | 44:05 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 9. Ab Aeterno            |  | 48:37 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 7. Dr. Linus             |  | 44:05 | ██████████ | \$2.99 BUY |
| 8. Recon                 |  | 44:04 | ██████████ | \$2.99 BUY |

# El modelo de contador

- Los clientes reciben un cargo solamente cuando cruzan cierto umbral

Ventajas: publicidad y contenido pago

Desventajas: Es complicado, no es transparente, genera disgusto entre los consumidores, castiga a los usuarios más comprometidos

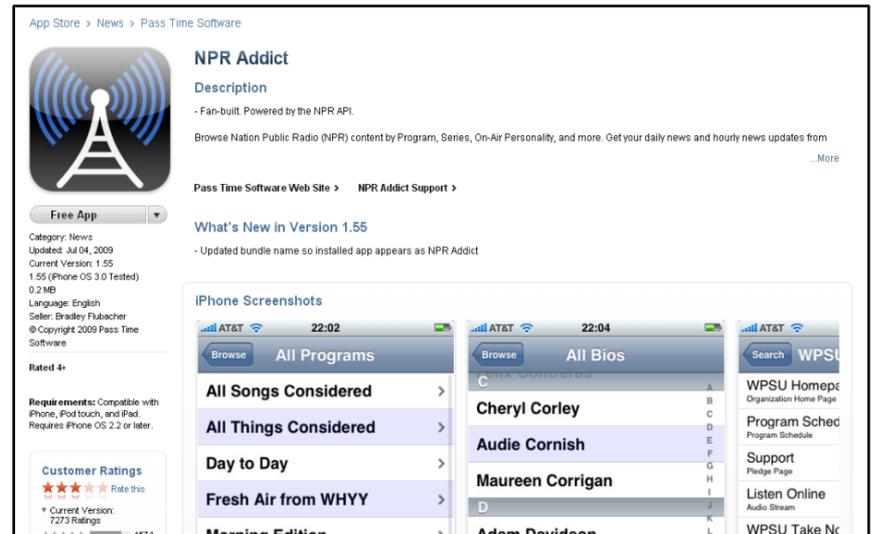


# El modelo de mercado

Los editores abren sus activos de contenido para que una comunidad de desarrolladores creen sus propias aplicaciones para poder ser vendidos por ingresos compartidos o para ser monetizados mediante publicidad

Ventaja: Incremento de velocidad y alcance de la innovación

Desventaja: Hay una amenaza latente para la marca



Enfoque en las audiencias

# El contenido es solamente el punto de partida

## Modelo dirigido por el contenido

- Produce contenido que atrae a las audiencias
- Se publica el contenido y se espera que la audiencia acuda
- Los periodistas y editores producen el contenido

## Modelo de enfoque a las audiencias

- Combina contenido con funcionalidad para que se coincida con las necesidades de las audiencias ya sea que usted cree el contenido o no
- Entrega el contenido a los miembros de las audiencias, no importa dónde estén
- La audiencia desempeña un papel crucial en la creación del contenido y los editores y periodistas solamente moderan y seleccionan.
- Diversifica el negocio a través de otras plataformas enfocadas en la audiencia por medio de lanzamientos o alianzas

Cuando las compañías no mediáticas  
crean contenidos

# Medios pagados,

## **Contenido pagado**

- Cuando una compañía no mediática adquiere cierta cantidad de contenidos tradicionales del medio para atraer consumidores

## **Contenido propio**

- Cuando una compañía no mediática crea y entrega contenidos para consumidores por medio de sus canales

## **Contenido ganado**

- Qué es lo que la audiencia dice de su medio, empresa y productos por medio de canales independientes

# Lecciones clave

- Las audiencias se preocupan por el contenido, no acerca del mercadeo
- Los publicistas que crean sus propios medios deben actuar como estrategias de contenido y usar mejores prácticas para crear experiencias agradables para los usuarios
- El contenido propio debe acoplarse a las necesidades del negocio