



Tiene mucho de vos.

Clarín



agea

Héctor Aranda
17 Noviembre 2016

- **Clarín en 3 minutos**

- **Nuestro desafío hoy**

- **Nuestra Audiencia**



PRESENTE EN
TODOS LOS
SOPORTES



Circulación Papel

480.000 ejemplares Domingo

210.000 ejemplares Semana



Digital

30.000.000 de Browsers Únicos

400.000.000 de Páginas Vistas

39% DE
REACH EN
ARGENTINA

Clarín: #1 en circulación como diario de referencia en el mundo de habla hispana



Agenda Periodística



Diario Nacional



Refleja con nuestra mirada la sociedad en toda su diversidad



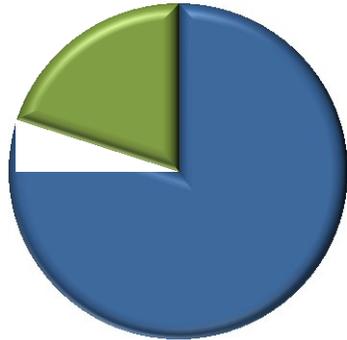
Llega a todos los segmentos sociales
ABC1 C2-C3 D-E



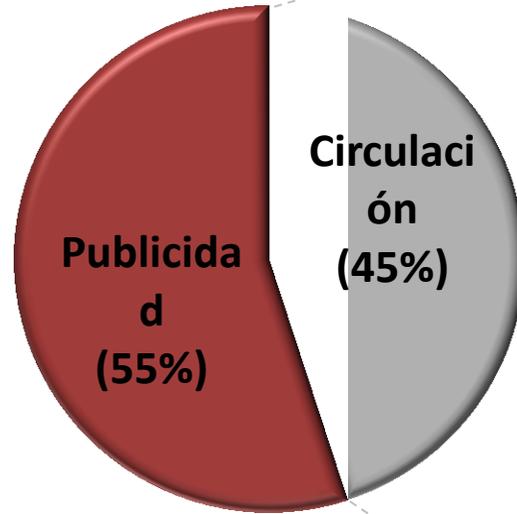
Ingresos



Digital
(20%)



Papel
(80%)



El club de beneficios 365 nos permitió sostener la circulación de sábados y domingos

- 400.000 suscriptores
- 1500 marcas; 5000 locales



- **Nuestro desafío hoy**



Internet y las redes sociales han redefinido cómo se vincula el público con las marcas y la información

Ser una empresa de medios en todos los soportes, con PARTICULAR FOCO EN DIGITAL

- **Conocer al lector es una prioridad que requiere nuevas capacidades**
- **Incorporamos capacidades y tecnología para gestionar millones de datos centrados en el consumidor**
- **Nos organizamos de manera distinta para afrontar el desafío**



Cambio de paradigma

DE...

Cada 24 horas...
1 diario



A...

En 1 segundo...
Información en tiempo real



+50K
dispositivos
conectados

+27K
visitas en la
Home

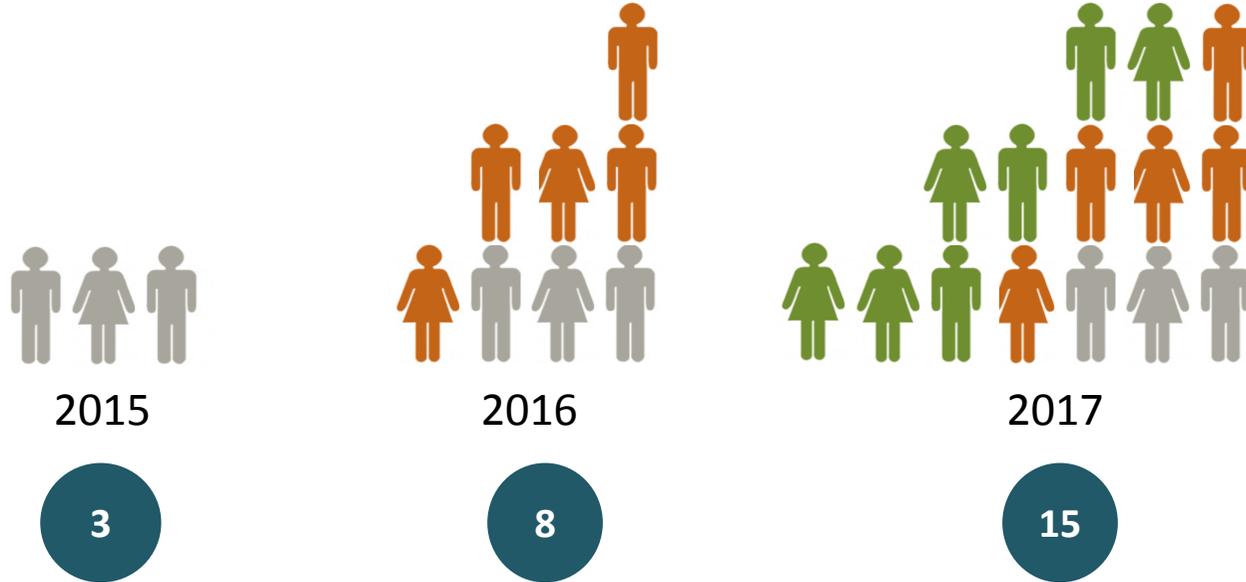


Capacidades y tecnología

TERADATA



Metadata



Data Mining

Ingenieros de Datos – Técnicos Analíticos – Data Science – Diseñadores de Interfaz –
Control de información – Product Management



Big Data, una gran apuesta



+10MM e-mails
+8MM registros de personas



- **Nuestra Audiencia**



Dos segmentos de lectores - 30 millones de browsers

Vínculo Esporádico

19,5 MM Browsers Únicos

Entre 5 y 9 MM Personas

- Vienen de redes sociales y buscadores en un 66%
- En su mayoría se conectan a través de dispositivos móviles

**Lectores
Esporádicos**

1 a 3 PV

A

Vínculo Frecuente

11 MM Browsers Únicos

6,3 MM Personas

- Han desarrollado un fuerte vínculo con la marca Clarín
- Este segmento, a su vez, puede dividirse en tres sub-segmentos

**Lectores
Breaking
News**

4 a 20 PV

B

**Lectores de
Alta
Frecuencia**

21 a 100 PV

C

**Lectores de
Altísima
Frecuencia**

+100 PV

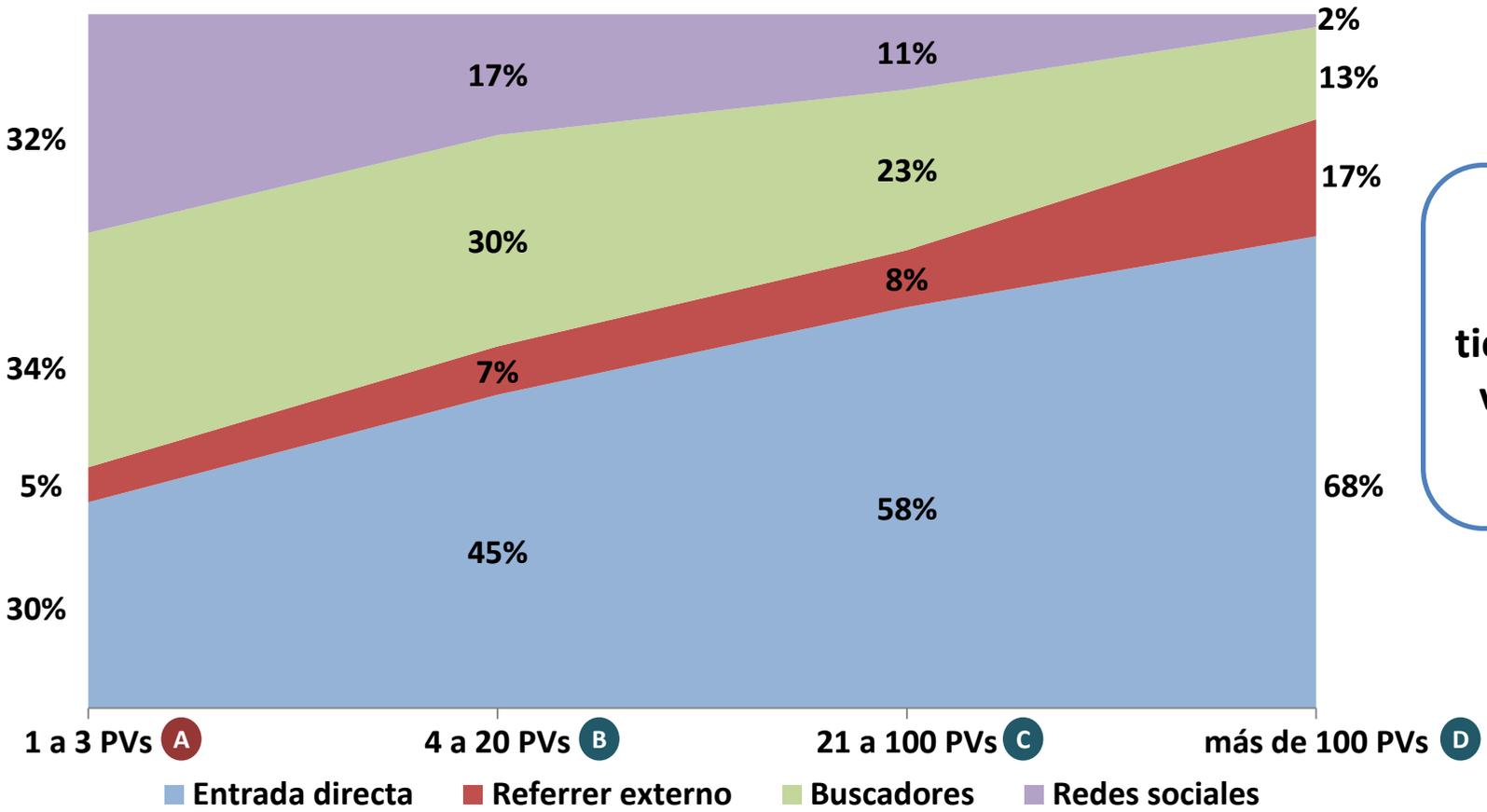
“Apóstoles de Clarín”

D



Modalidad de entrada

Páginas vistas por modalidad de ingreso (%)

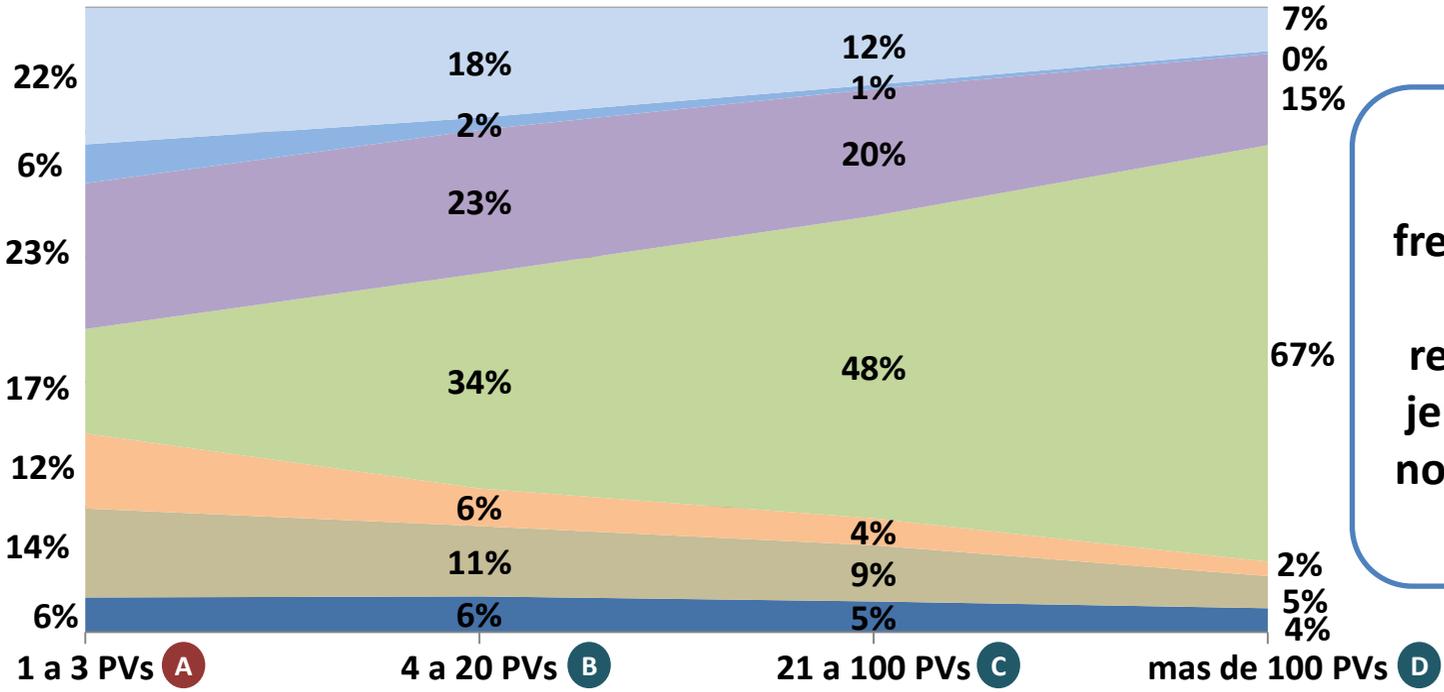


Los lectores frecuentes tienen un fuerte vínculo con la marca Clarín



Contenido de lectura

Páginas vistas por sección (%)



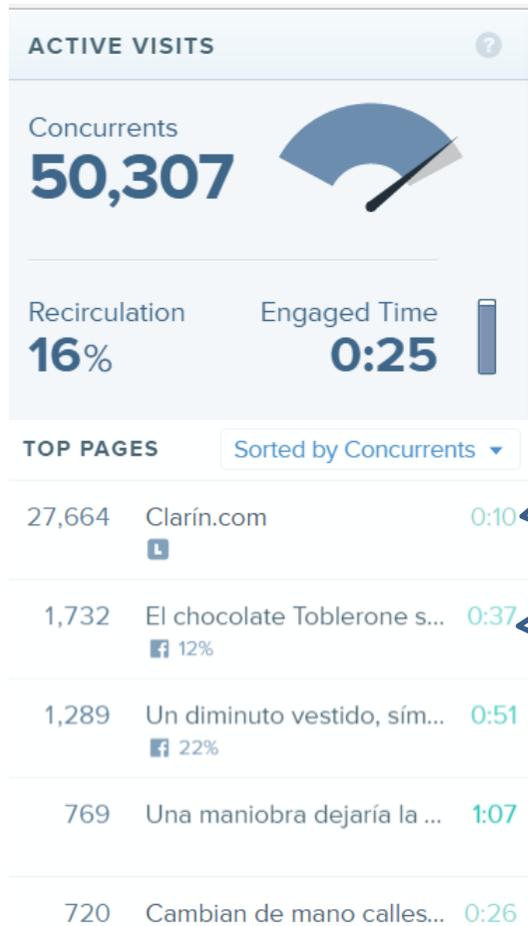
Los lectores esporádicos leen más Noticias, Sociedad, Espectáculos y la Home

Para los lectores frecuentes es muy relevante la jerarquía de noticias en la Home

■ Deportes ■ Espectaculos ■ Estilo ■ Home Clarin ■ Noticias ■ Servicios y otros ■ Sociedad



Relevancia de la Home

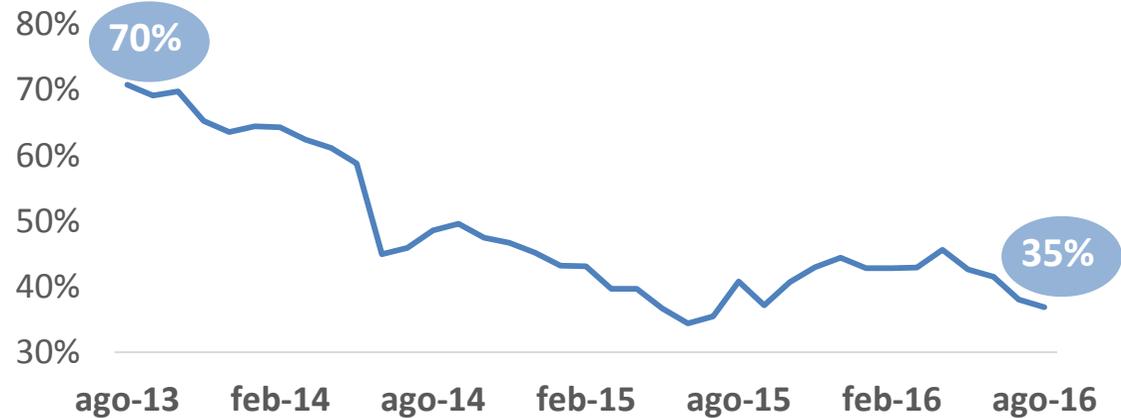


Home
27.664

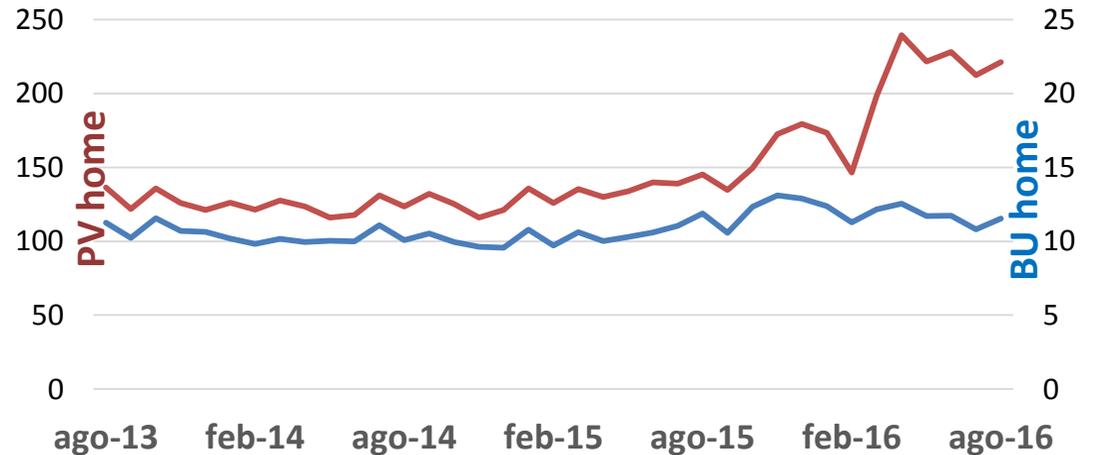
Nota más leída
1.732

La cantidad de BU de Home se mantiene en el tiempo, mientras que suben las PV que estos consumen y el tráfico general del sitio

% de browsers únicos en la Home

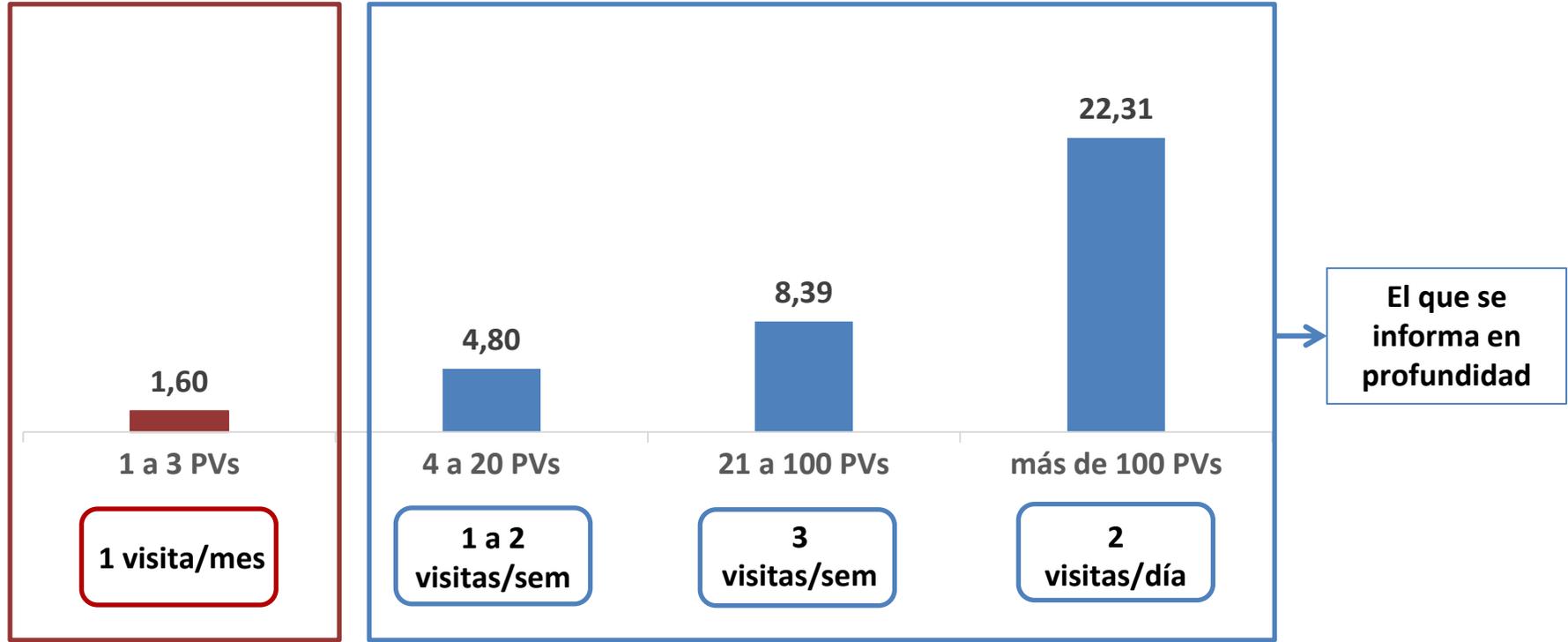


Evolución tráfico (MM)



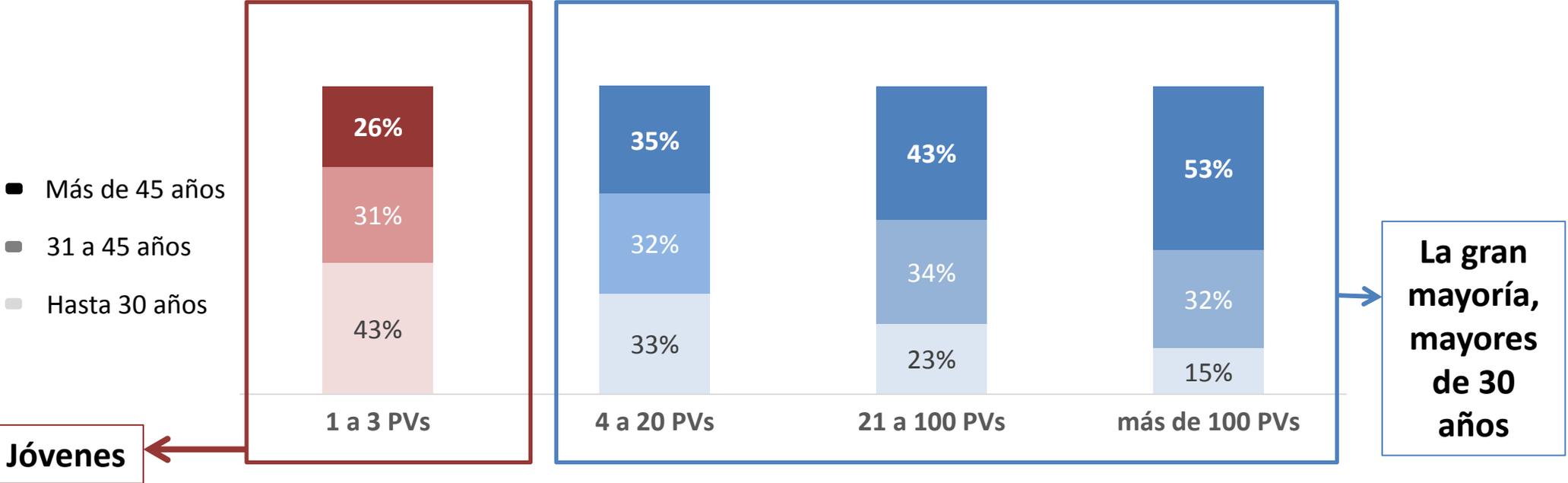
Visitas y tiempo de permanencia

Tiempos por visita (minutos)



Edad de nuestra audiencia

Distribución de edad por segmento (% PASE)



En resumen

Lectores No Frecuentes

- 19,5 MM browsers y entre 5 y 9 MM personas estimadas
- 66% proviene de redes sociales y buscadores
- Menores de 30 años
- Menor valor de monetización
- Ingresan frecuentemente desde el teléfono móvil

Sin embargo,

- Son aquellos que pasan más tiempo conectados (+3 hs por día)
- Debemos tener presencia decididamente en todas las redes posibles
- Es un desafío en este segmento desarrollar vínculos con identidad marcaria y aumentar el tiempo que estos lectores pasan con nosotros

Lectores Frecuentes

- Son 6,3 M de personas; las más influyentes de la sociedad
- Interesados en la calidad marcaria y la jerarquización de las noticias
- 77% tiene más de 30 años
- De mayor monetización por publicidad y Paywall.

- Es el activo más importante de la Compañía
- Este público espera de Clarín calidad y rigor periodístico, valora recibir ese servicio de Clarín que lo distingue como único
- Es el que define nuestro valor a largo plazo



Conclusiones

- Somos relevantes para un público muy influyente
- La fábrica no es la imprenta, es la sala de contenidos
- Rigor periodístico, calidad y sensibilidad a nuevas tendencias informativas son clave

Lo obvio...

- ✓ En todas las plataformas
- ✓ En todas las redes
- ✓ Muy competentes en servicio publicitario
- ✓ En breve, explorar Paywall
- ✓ Siempre con ADN marcario Clarín

