



Estrategia de monetización del contenido digital

15 de septiembre de 2017

*Luciano Touguinha de Castro
Diretor Executivo de Audiência
ltouguinha@edglobo.com.br*

Agenda

1

Construcción de la audiencia

2

Proceso de Producción de Contenido

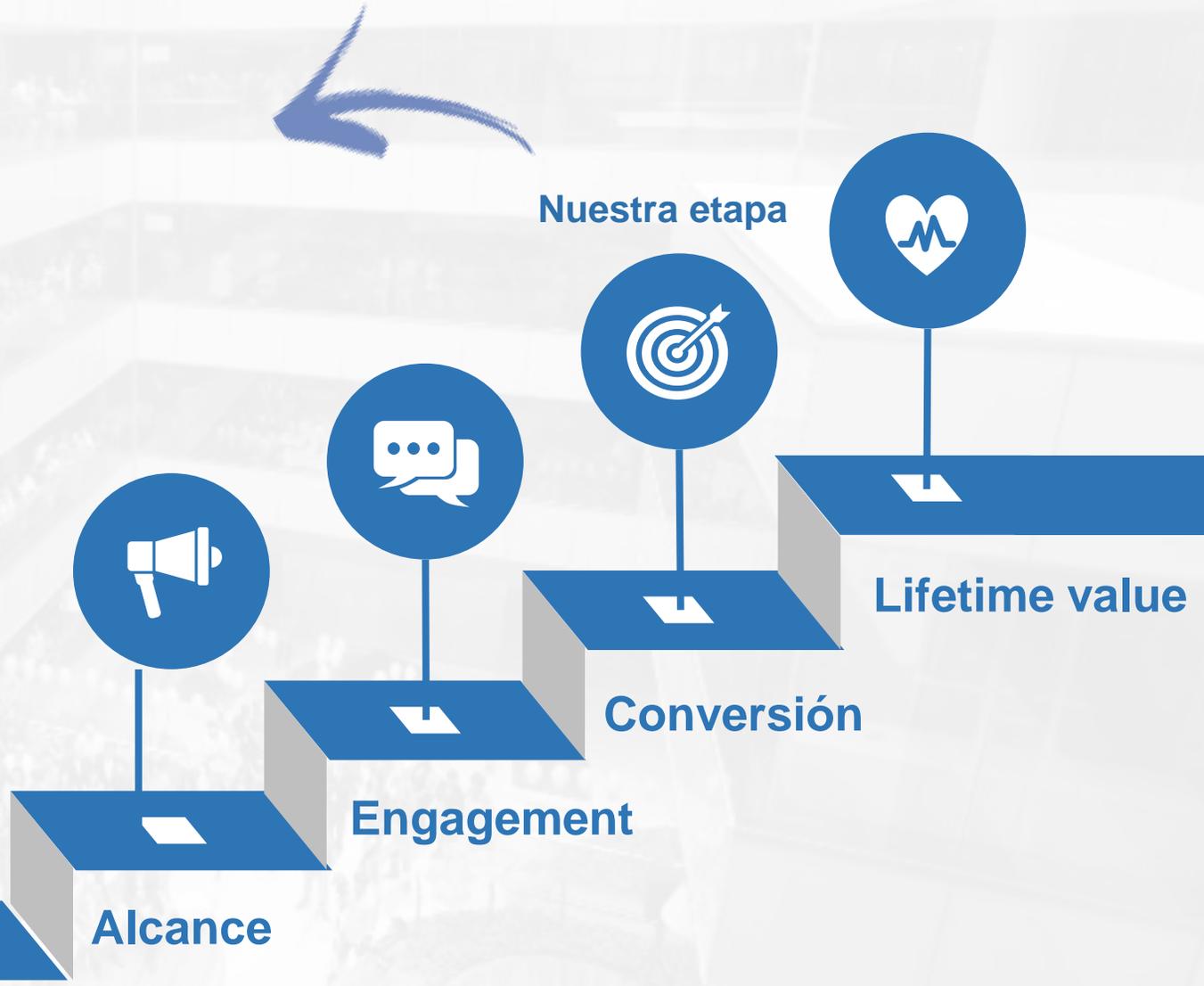
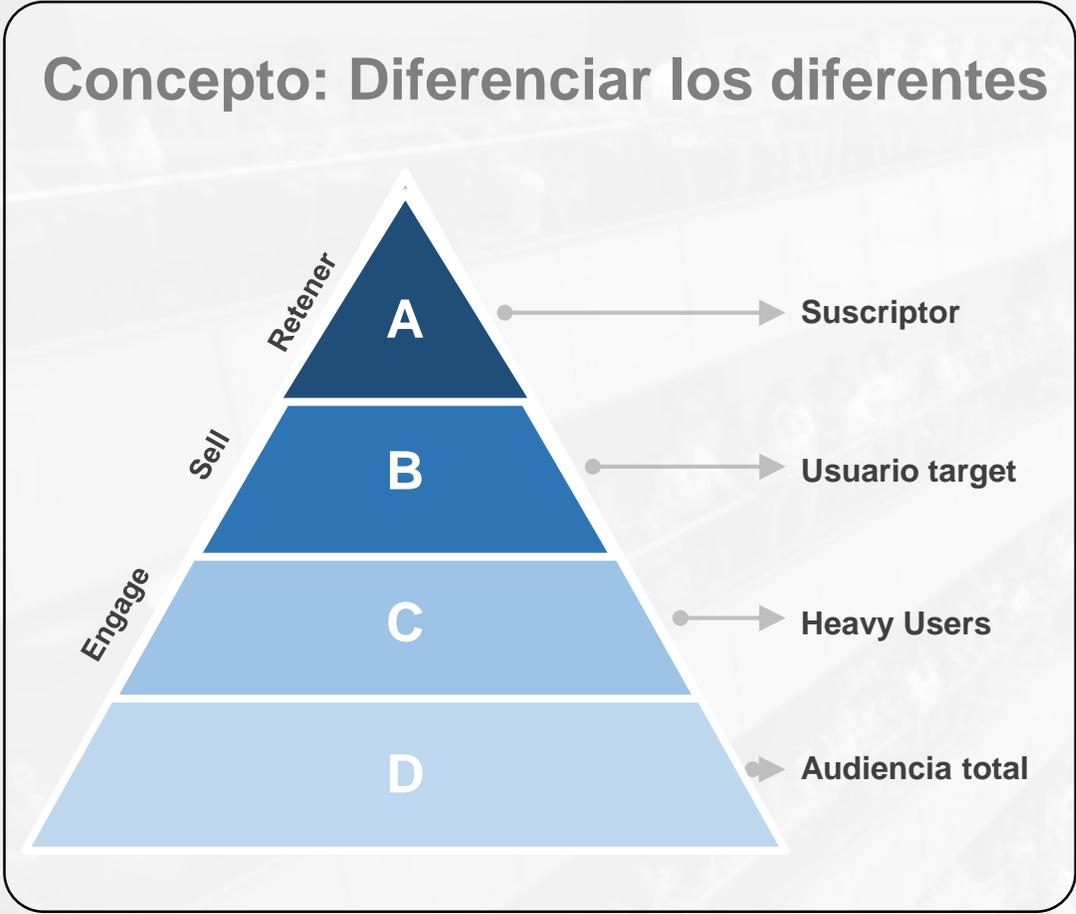
3

Jornadas Comerciales

4

Conclusiones

Estamos tratando la construcción de la audiencia como un proceso evolutivo con el desafío actual de consolidar la etapa de conversión



Para cada etapa tenemos indicadores claros de gestión del negocio



Alcance

- ✓ Volumen de Pageviews y Video Views
- ✓ Visitantes Únicos

Engagement

- ✓ Cantidad de Heavy Users
- ✓ Pageviews de Heavy Users

Conversión

- ✓ Usuarios target en las barreras (sign / paywall)
- ✓ Tasa de conversión de las barreras

Lifetime value

- ✓ Acompañamiento del Churn
- ✓ Evolución de la cartera

La construcción de la audiencia se basa en el conocimiento del consumidor, que a su vez se apoya en un conjunto de herramientas y procesos



La combinación de la producción del contenido con las jornadas comerciales es el elemento crítico para el éxito de la estrategia de monetización digital



1

Proceso de producción de contenido

Desarrollo de contenido / distribución, orientados a nuestros suscriptores y usuarios target

2

Jornadas Comerciales

Construcción de una comunicación integrada entre los suscriptores / usuarios target con los productos editoriales

Agenda

1

Construcción de la audiencia

2

Proceso de Producción de Contenido

3

Jornadas Comerciales

4

Conclusiones

Proceso de producción de contenido



Agilidad / exclusividad

Revisión del mix de producción y distribución



Profundidad

Nuevas narrativas, la valoración de los columnistas y la opinión



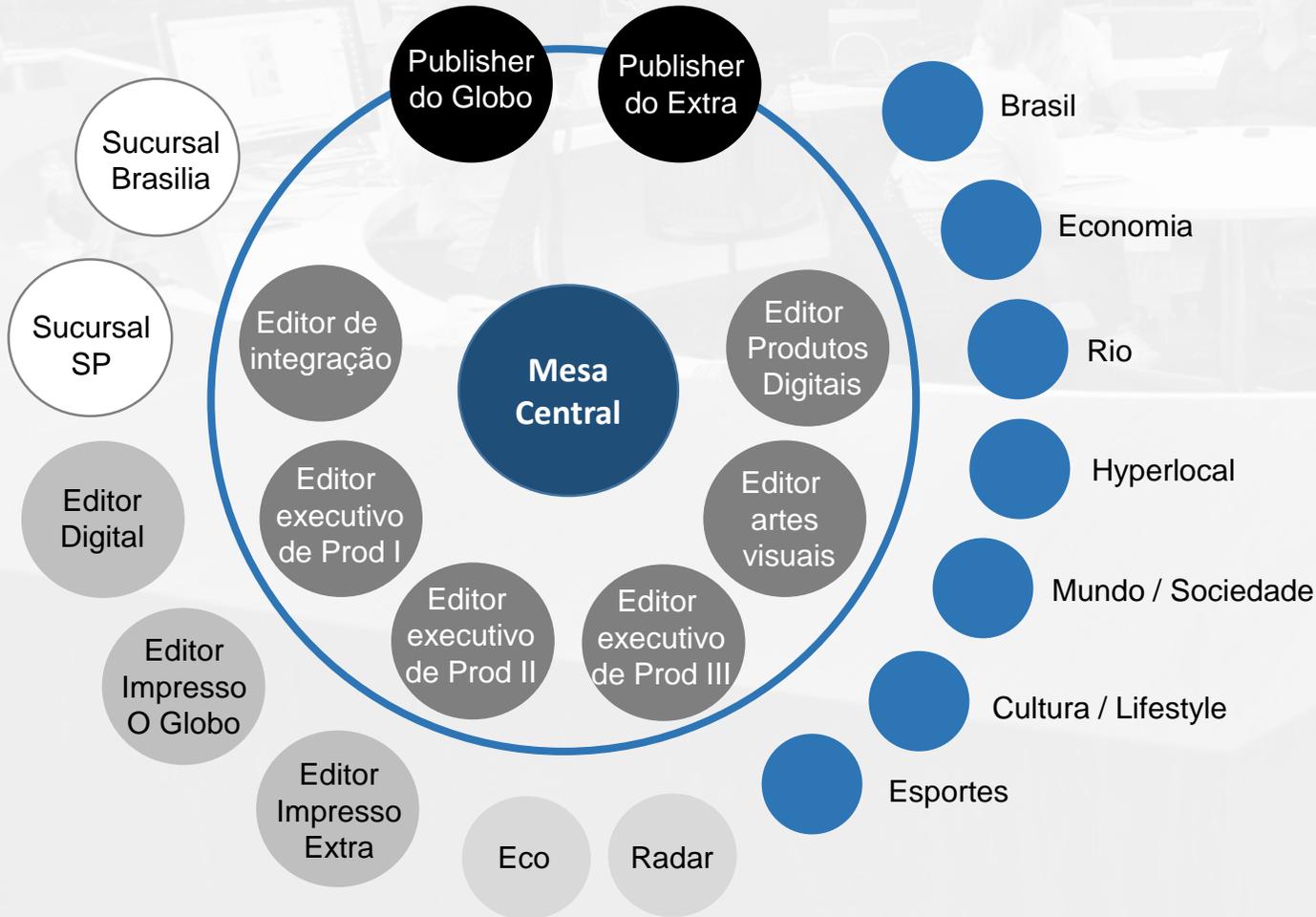
Edición

Productizar los momentos y temas de consumo

En febrero, la redacción fue reorganizada para garantizar la producción de contenido en una jornada continua

Editores Ejecutivos y Sucursales

Macro-Editoriales

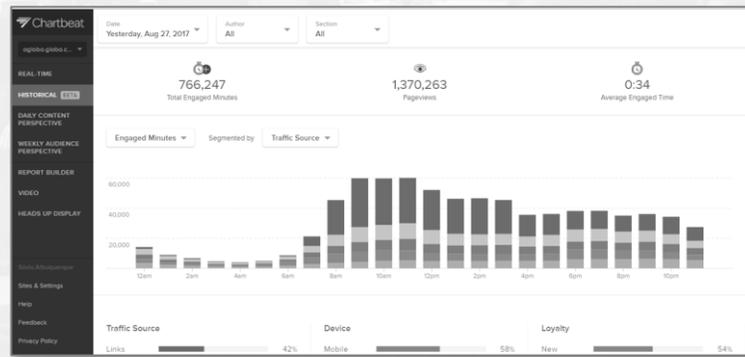


"No tenemos dos mundos, papel y digital separados. Y no tenemos un ciclo de producción que se renueva cada 24 horas, pero un ciclo que se renueva en cada momento, en una jornada continua, donde todo es digital, con múltiples entregas, múltiples plataformas y el impreso es sólo una de ellas "

Roberto Irineu Marinho, presidente e CEO do Grupo Globo

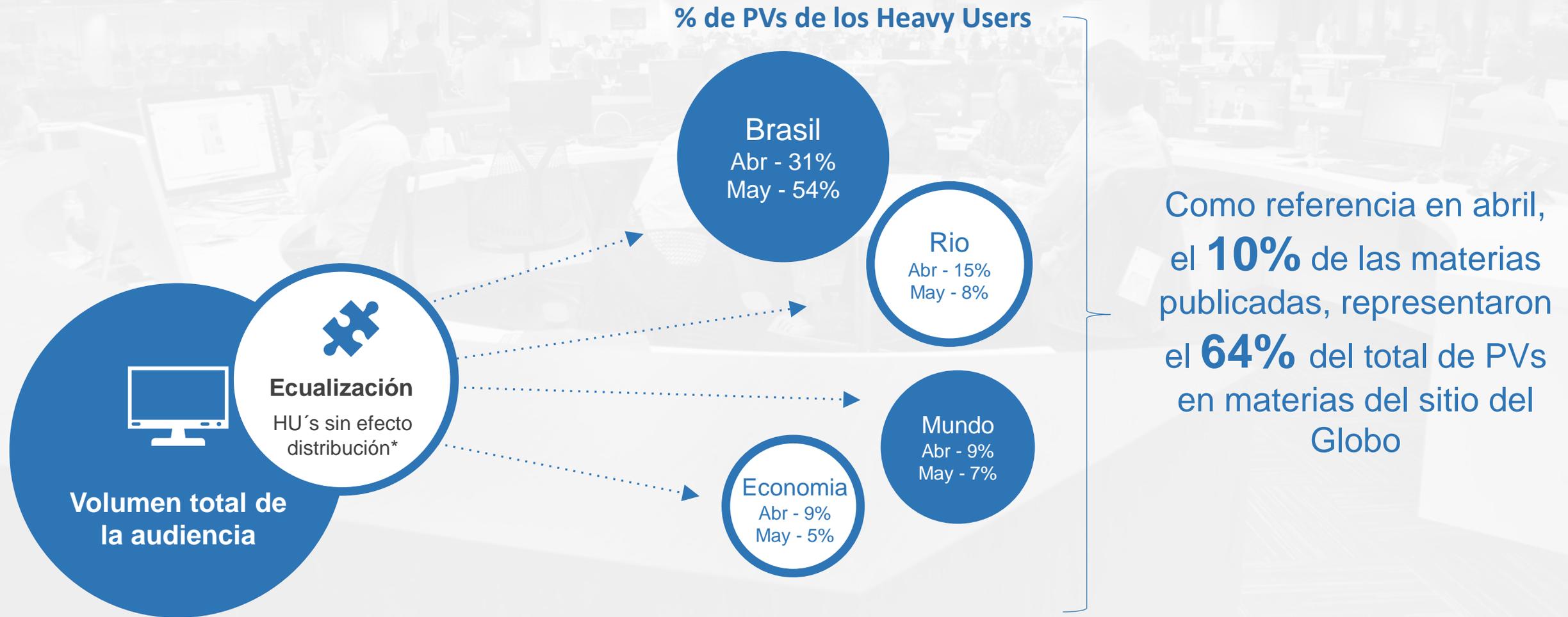
El siguiente paso es la definición de objetivos de negocio para la Redacción con KPIs y herramientas con seguimiento en tiempo real

➔ Entrenamiento de los conceptos (concurrents, time spent, recirculation)



	Alcance			Engagement			Conversión			Score
	Visitantes Únicos	Tiempo total	Recirculacion	Usuários Target	Suscriptores activos	Tiempo total logado	Llegaron el Signwall	Llegaron el Paywall	Solicitudes de compra	
Producto / Superdesk	5%	5%	10%	10%	15%	20%	5%	10%	20%	100%
Editoriales / Editor	5%	5%	10%	10%	15%	20%	5%	10%	20%	100%
Periodista	5%	5%	10%	10%	15%	20%	5%	10%	20%	100%

Además del tiempo real, hemos desarrollado varias análisis para la reorganización del mix de producción y distribución, siempre enfocados en los públicos que queremos comprometer



El desafío de acelerar la decisión de compra demanda contenido con más profundidad, nuevas narrativas, formatos y la ampliación de la exposición de los columnistas

Qué aprendemos con el suscriptor paywall?



Batidas no paywall antes da compra

5,17
/ mes



Tiempo medio de registro

2,1
años



Materias que venden

1,43
Conversiones por materia

Las materias más leídas de Brasil/Política (ene / 17):

- Namorada lamenta morte de Teori: "momento muito difícil"
- Carmen Lucia deverá consultar outros ministros do STF antes de definir destino da Lava-Jato
- Teori está na lista dos passageiros de avião que caiu em Paraty
- Retorno de Eike ao Brasil: nove horas de sono embaladas por dois copos de leite
- Quadro clínico de Dona Marisa é irreversível, afirma cardiologista

Apuestas:

- Más profundidad
- Nuevas narrativas digitales
- Nuevos lenguajes de vídeo y audio
- Ampliar la exposición de los columnistas / opinión

Nuestras home pages / ediciones son muy relevantes para nuestros usuarios target y suscriptores



Homes /
Ediciones

	Heavy User	Usuario target	Suscriptores	
			Antes de comprar	Después de comprar
Cantidad de PVs	18,4	107,8	118,2	374,9
Navega por la Home	68%	72%	80%	92%
% PVs en Home & Ediciones	15%	14%	58%	45%

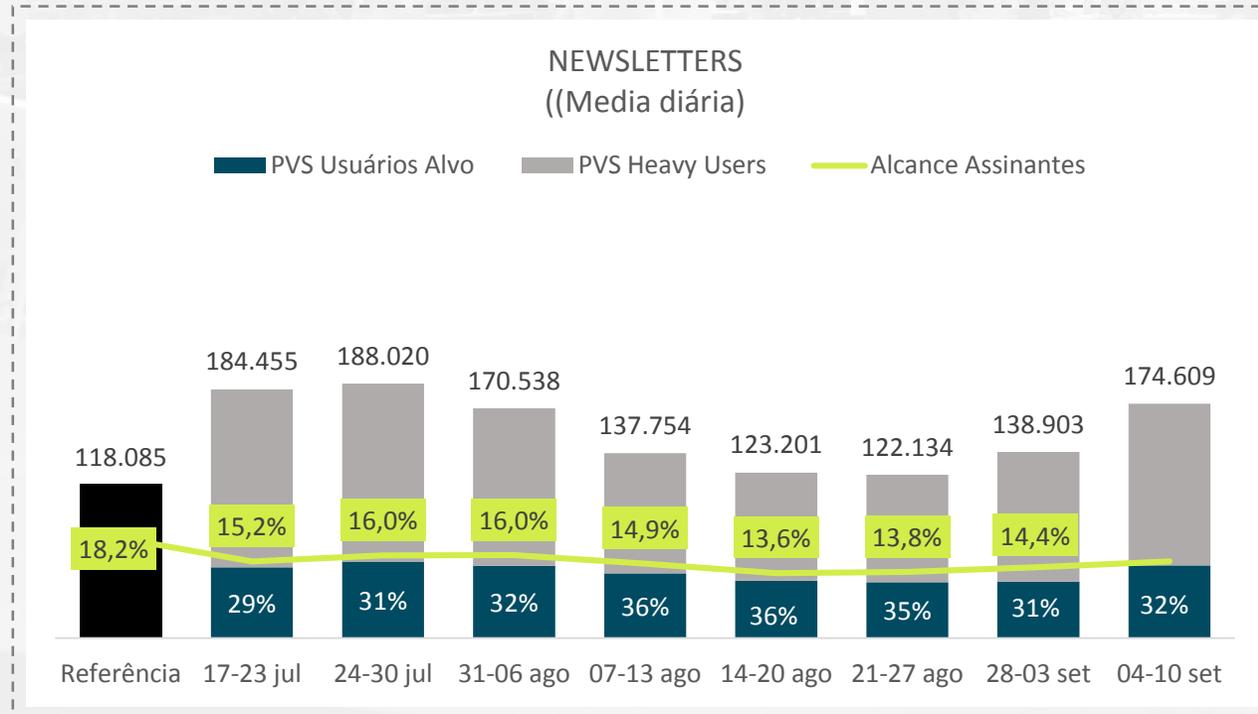
En el digital no debemos tener una, sino varias ediciones, mezclando temas, formatos y canales de distribución. Un verdadero menú adecuado para los diversos tipos de consumidores

Temas de interés / momentos de consumo

Distribución



Todo nuevo producto / contenido desarrollado, debe ser probado a través de su contribución al negocio (retención / captación de nuevos suscriptores)



3 meses de prueba



Otros ejemplos:

- ✓ Contenidos especiales
- ✓ Notificación de prensa
- ✓ Nuevos editoriales

El proceso de valoración de nuestro contenido premium es otra pieza fundamental en el proceso de venta y retención. Esto debe estar muy claro en nuestras ediciones

O GLOBO PRINCÍPIOS EDITORIAIS

f | | | BUSCAR CLIQUE E ASSINE

HOME RIO - BRASIL - MUNDO - ECONOMIA - SOCIEDADE - TECNOLOGIA - CIÊNCIA - SAÚDE - CULTURA - ELA - ESPORTES - TV - VIAGEM - MAIS -

TÓPICOS REAGE RIO LAVA-JATO CARNAVAL 2018 PREVIDÊNCIA OBITUÁRIO

DENTRO DA CHAVE: ASSINANTES DO GLOBO TÊM CONTEÚDO EXCLUSIVO FEITO SÓ PARA ELES

LAVA-JATO

Vídeo: em depoimento a Moro, Lula diz sentir pena de Palocci

Ex-presidente foi interrogado em Curitiba sobre acusação, feita pelo ex-ministro, de que teria recebido propina da Odebrecht

Lula acusa ex-ministro em depoimento: 'Vi o Palocci mentir aqui'

Ex-presidente diz ter dado ordem para que ninguém falasse em Instituto Lula antes do término do mandato

Moro adverte Lula a não usar 'querida' ao responder a procuradora

Ex-presidente depôs em ação sobre terreno de Instituto Lula e apartamento em São Bernardo do Campo

Lula diz que dona Marisa cuidava de aluguel que MPF afirma ser de fachada

Ex-presidente usa imóvel comprado por primo de Bumial com recursos da Odebrecht

Lula deixa perguntas sem respostas em depoimento a Moro

Ex-presidente volta a negar todas acusações contra ele, durante pouco mais de duas horas depondo em Curitiba

PUBLICIDADE

Apresentação:

BRASIL

STF rejeita pedido de suspeição de Janot

VÍDEOS todos os vídeos

EXCLUSIVO PARA ASSINANTES

Saiba por onde o Botafogo pode chegar ao gol do Grêmio



O melhor conteúdo exclusivo para você

Assine agora e tenha acesso ilimitado

Eu quero!

Conteúdo exclusivo para assinantes

Já é assinante? Identifique-se

Olá! Escolha uma opção para entrar

Facebook

Nunca postaremos nas suas redes sociais

OU

E-mail

Digite seu e-mail

Senha

Digite sua senha

Manter conectado [Esqueceu sua senha?](#)

ENTRAR

Não tem conta? [CADASTRE-SE](#)

Agenda

1

Construcción de la audiencia

2

Proceso de Producción de Contenido

3

Jornadas Comerciales

4

Conclusiones

Jornadas Comerciales



Adquisición
Retargeting de los usuarios target



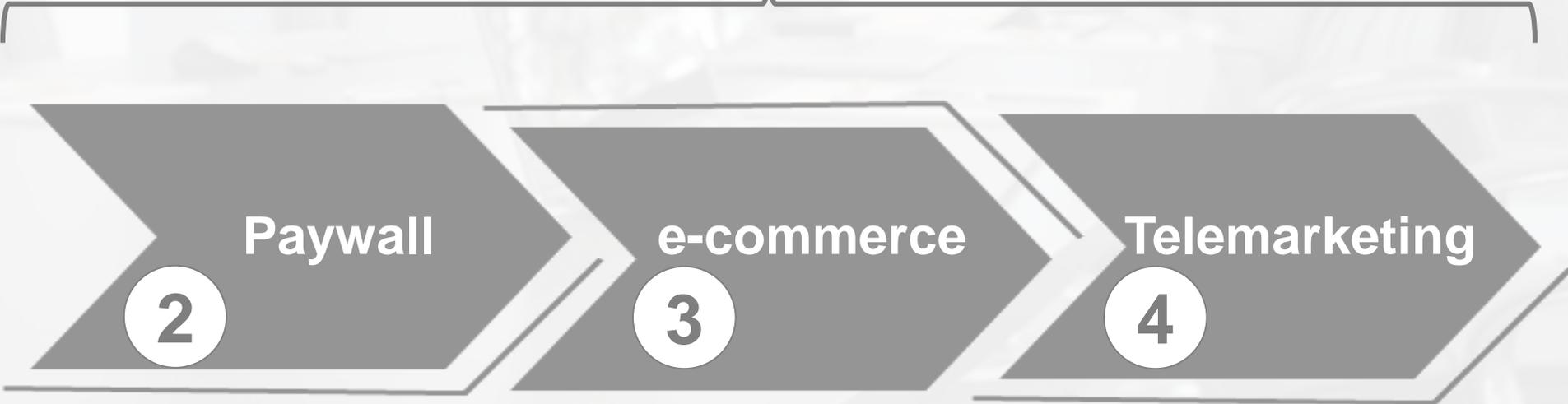
Retención
Acciones basadas en el ciclo de vida



Expansión Nacional
Estrategia de bundling

El comportamiento del consumidor es el "trigger" para nuestras acciones de venta en cada canal

1 Segmentación
(Usuarios Target)

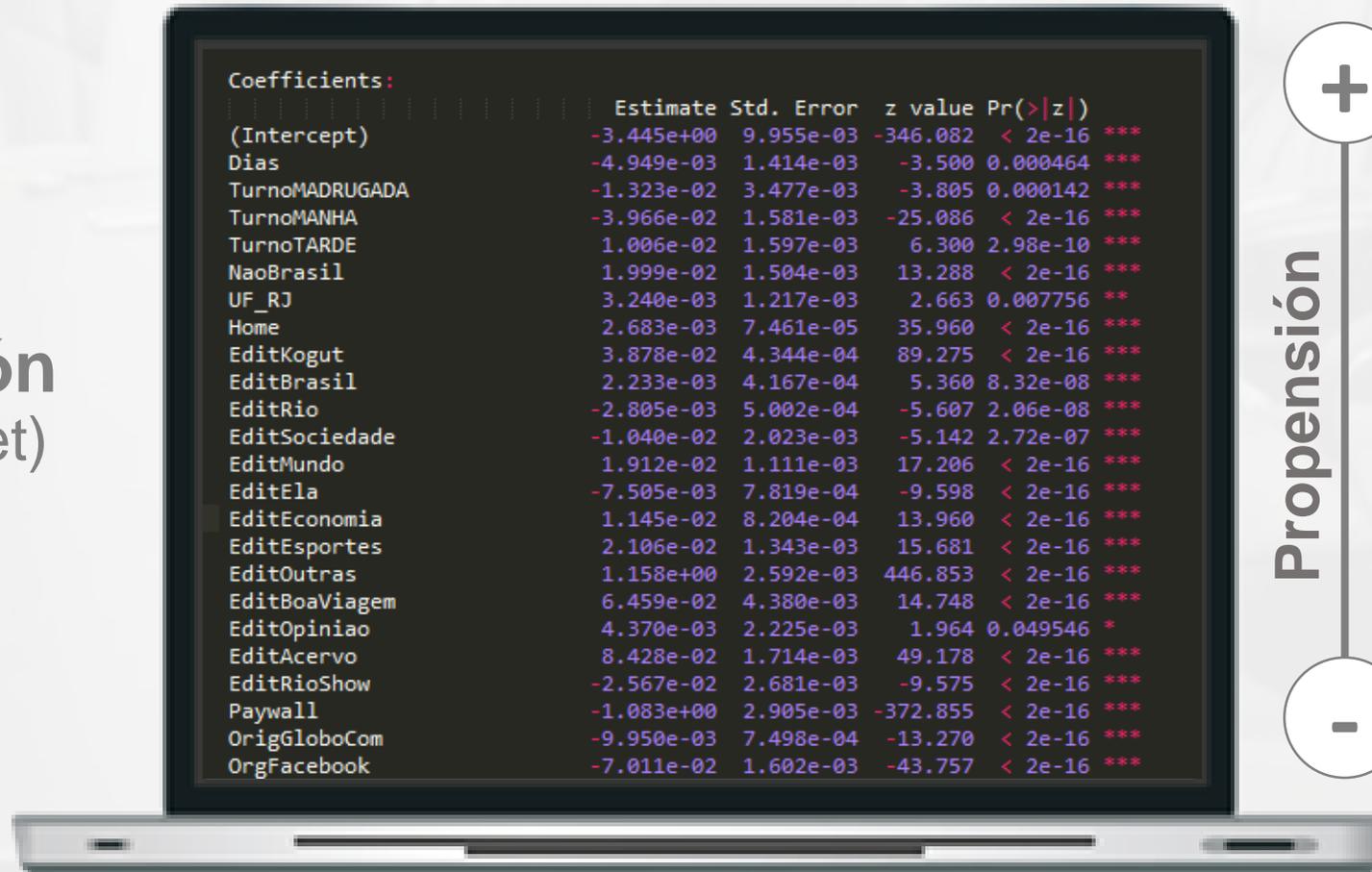


Llegaron a la barrera

Abandonaron la oferta

La segmentación del público es el primer paso y se da a través de un modelo de propensión a la compra, basado en el comportamiento de nuestros suscriptores en el acto de la contratación

1 Segmentación (Usuarios Target)



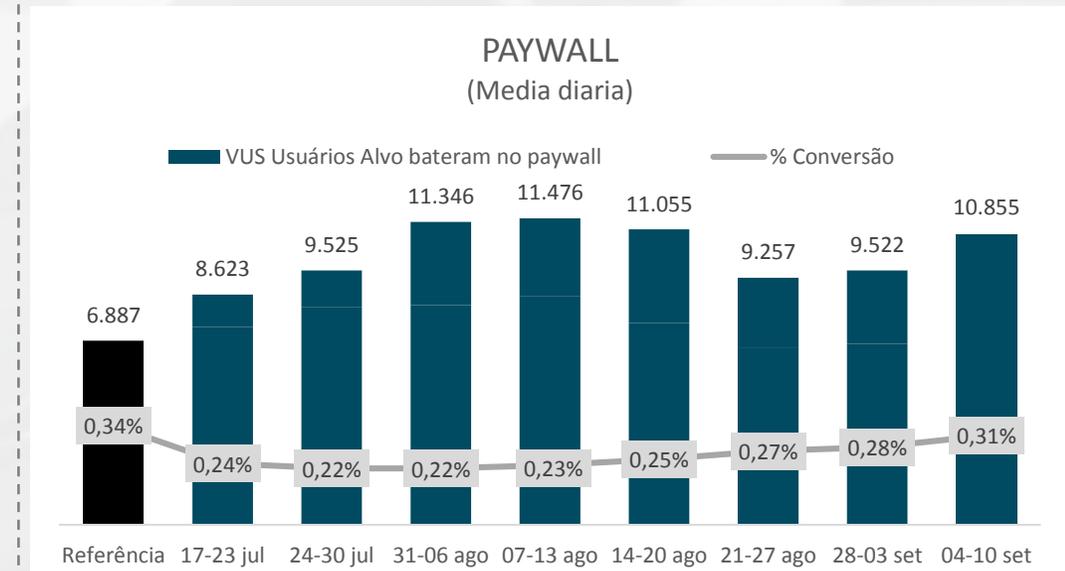
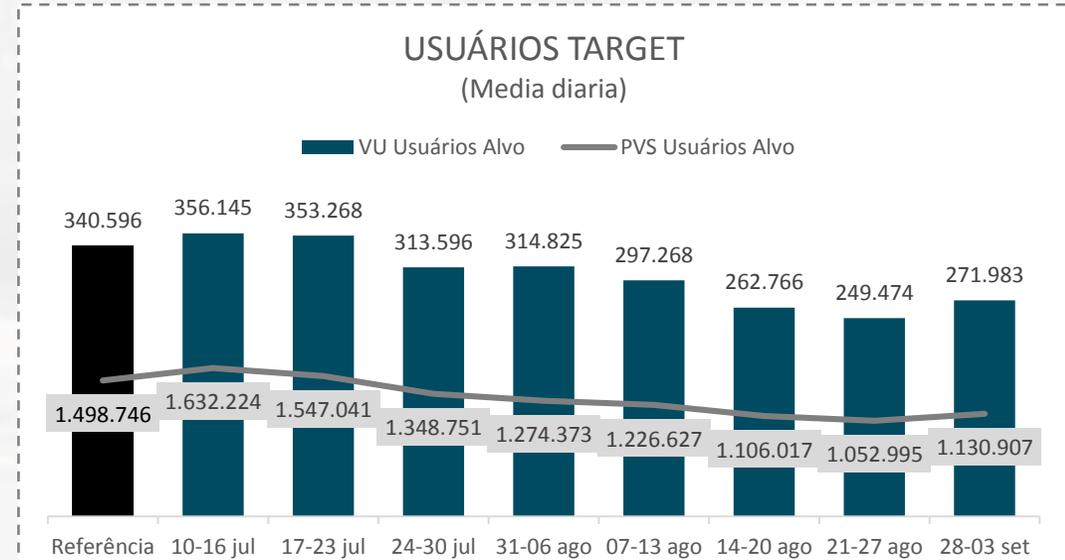
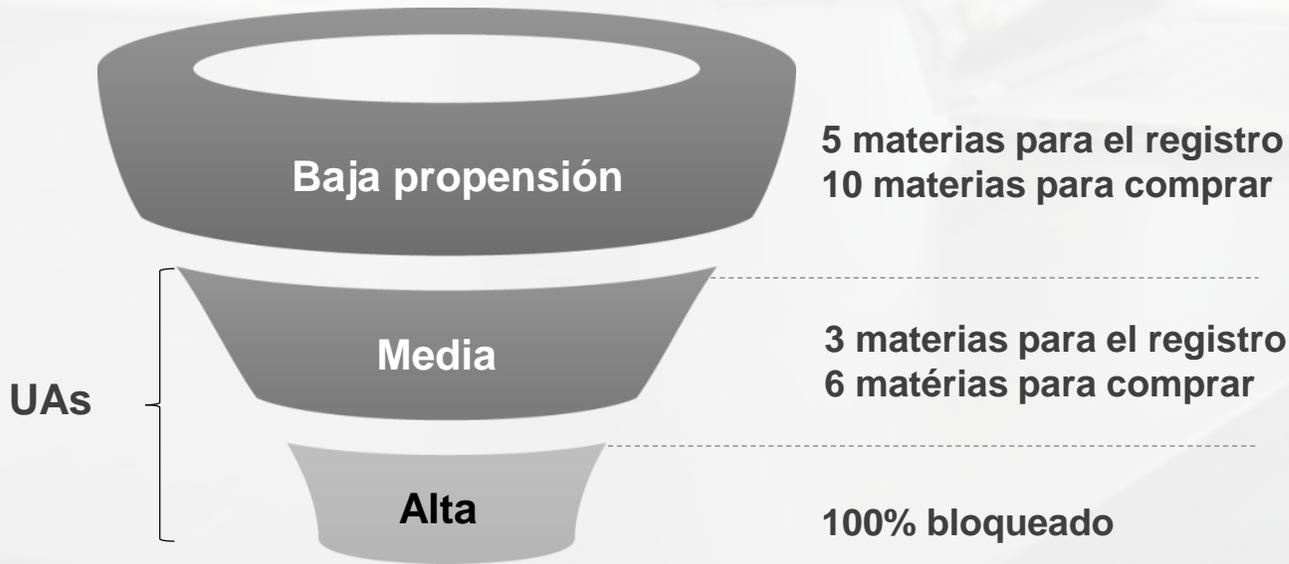
The image shows a laptop screen displaying a table of regression coefficients. The table has five columns: Coefficients, Estimate, Std. Error, z value, and Pr(>|z|). The rows list various variables including (Intercept), Dias, TurnoMADRUGADA, TurnoMANHA, TurnoTARDE, NaoBrasil, UF_RJ, Home, and several Edit variables. The z values and p-values are generally high in magnitude and low, respectively, indicating significant predictors.

Coefficients:	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	-3.445e+00	9.955e-03	-346.082	< 2e-16 ***
Dias	-4.949e-03	1.414e-03	-3.500	0.000464 ***
TurnoMADRUGADA	-1.323e-02	3.477e-03	-3.805	0.000142 ***
TurnoMANHA	-3.966e-02	1.581e-03	-25.086	< 2e-16 ***
TurnoTARDE	1.006e-02	1.597e-03	6.300	2.98e-10 ***
NaoBrasil	1.999e-02	1.504e-03	13.288	< 2e-16 ***
UF_RJ	3.240e-03	1.217e-03	2.663	0.007756 **
Home	2.683e-03	7.461e-05	35.960	< 2e-16 ***
EditKogut	3.878e-02	4.344e-04	89.275	< 2e-16 ***
EditBrasil	2.233e-03	4.167e-04	5.360	8.32e-08 ***
EditRio	-2.805e-03	5.002e-04	-5.607	2.06e-08 ***
EditSociedade	-1.040e-02	2.023e-03	-5.142	2.72e-07 ***
EditMundo	1.912e-02	1.111e-03	17.206	< 2e-16 ***
EditEla	-7.505e-03	7.819e-04	-9.598	< 2e-16 ***
EditEconomia	1.145e-02	8.204e-04	13.960	< 2e-16 ***
EditEsportes	2.106e-02	1.343e-03	15.681	< 2e-16 ***
EditOutras	1.158e+00	2.592e-03	446.853	< 2e-16 ***
EditBoaViagem	6.459e-02	4.380e-03	14.748	< 2e-16 ***
EditOpinio	4.370e-03	2.225e-03	1.964	0.049546 *
EditAcervo	8.428e-02	1.714e-03	49.178	< 2e-16 ***
EditRioShow	-2.567e-02	2.681e-03	-9.575	< 2e-16 ***
Paywall	-1.083e+00	2.905e-03	-372.855	< 2e-16 ***
OrigGloboCom	-9.950e-03	7.498e-04	-13.270	< 2e-16 ***
OrgFacebook	-7.011e-02	1.602e-03	-43.757	< 2e-16 ***



El "score" de propensión interfiere en la acción de las barreras, siempre controlando la venta vs audiencia

2 Paywall



A diferencia del paywall, donde trabajamos preferentemente una oferta estándar, en el e-commerce buscamos trabajar enfoques y precios de acuerdo con las características del usuario

3 E-commerce



Intervenciones



Displays



Botones



Remarketing

Storytelling
de ventas



Pruebas AB



Assine O Globo agora com 80% de desconto.



80% DE DESCONTO
NO PRIMEIRO MÊS

O GLOBO DIGITAL



80% DE DESCONTO
NOS 3 PRIMEIROS MESES

O GLOBO DIGITAL PREMIUM

Assine O Globo agora com 50% de desconto.



50% DE DESCONTO
NO PRIMEIRO ANO

O GLOBO DIGITAL



50% DE DESCONTO
NO PRIMEIRO ANO

O GLOBO DIGITAL PREMIUM

La velocidad entre la acción del usuario y nuestro contacto con él, necesita ser muy rápida, por lo que los usuarios target que llegan en nuestras barreras o acceden a nuestras ofertas son impactados automáticamente por nuestros canales

4 Telemarketing





La retención es el punto más crítico de este proceso y por eso también necesitamos actuar de forma diferente con nuestros suscriptores

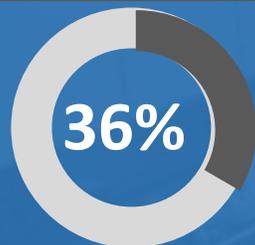


Control de fraude y estímulo al uso



Tratamiento especial para clientes con bajo uso

Ventas Nuevas

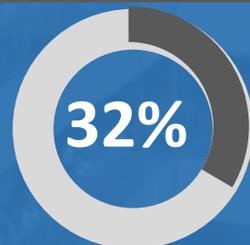


Ventas en los últimos 6 meses

72% de las cancelaciones

Churn: 15%

Clientes Retenidos



Últimos 12 meses

27% de las cancelaciones

Churn: 7%

Cartera Estable



Los demás

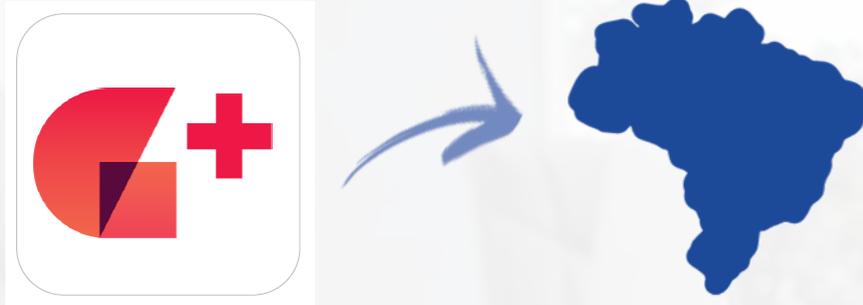
1% de las cancelaciones

Churn: 0,22%

Entendimiento sobre sus características demográficas y de consumo



El Globo+ es un bundle de nuestros periódicos y revistas y apostamos que sea una palanca importante para generación de escala en suscripciones en Brasil



Globo+

- + CONTEÚDO**
Toda as edições das melhores publicações do Brasil
- + ATUALIZADO**
24 horas por dia, 7 dias por semana, direto da redação
- + SIMPLES**
Leitura adaptada à sua tela, além dos formatos clássicos de revista ou jornal.
- + COMPLETO**
Conteúdo organizado por temas, publicações e colunistas

Globo+

CONHEÇA PLANOS AJUDA BAIAR ENTRAR EXPERIMENTE

Muito mais que uma banca em um único app

Conteúdo exclusivo em tempo real e edições das melhores publicações do Brasil.

EXPERIMENTE 30 DIAS GRÁTIS

O ÚNICO APP COM TODAS AS EDIÇÕES DAS MELHORES PUBLICAÇÕES DO BRASIL

24/7
Atualizado 24 horas por dia, 7 dias por semana, direto da redação

Baixe em:
app.globo.com.br
e experimente 30 dias grátis.

App Store Google Play

Globo+

Conteúdo exclusivo em tempo real e edições das melhores publicações do Brasil.

Conclusiones

1

La monetización digital tiene como base el conocimiento del consumidor con aumento del protagonismo para los suscriptores

2

La integración entre la producción de contenido y las jornadas comerciales junto al consumidor es FUNDAMENTAL para el éxito del modelo digital, pero siempre respetando la independencia periodística

3

El contenido para ser pagado debe ser realmente premium, por lo que necesita entregar agilidad, profundidad, siempre con una edición diferenciada

4

La comunicación necesita ser dirigida respetando el interés y el momento de consumo de nuestros usuarios. ¡Acabó la época de tratar a todos como iguales!



+ Incluir o Globo Mais: O Globo e 15 revistas em um único app

Gracias!