

A close-up photograph of a person's hands interacting with a white laptop. The left hand is positioned over the keyboard, with fingers resting on the keys. The right hand is holding a gold credit card, which is being held over the keyboard. The background is softly blurred, showing a person's face and a blue garment. The overall scene suggests a digital transaction or subscription process.

**SUSCRIPCIONES  
MULTIPLATAFORMA**

**Fidelizar y monetizar a nuestras audiencias – Abril 2018**

# TEMARIO



- Presentar los ejes trabajados en la etapa de análisis del proyecto SMP.
- Desarrollar los aspectos centrales de la etapa de implementación del proyecto.
- Presentar los resultados alcanzados.

# ETAPA DE ANÁLISIS



# CONCEPTOS PRINCIPALES

## •EUROPA/ USA

Contenido estrella.

Información =valor cultural.

Diferenciación producto papel, web, mobile.

Modelo freemium.

Promociones constantes.

## • LATINOAMÉRICA

Agresividad comercial (Brasil mercado maduro )

Cobro/registro por suscripción digital

Valor a los beneficios.

## •ARGENTNA

Foco en captar nuevos suscriptores.

Alianzas estratégicas para suscribir.

Mejoras en contenido.

Diarios que ya están cobrando.

Estrategia login web.

## • CÓRDOBA

Grandes jugadores siguen el modelo nacional.

Pequeños jugadores direccionan esfuerzos hacia nichos.

Valor de los beneficios.





## PERIODÍSTICOS:

The Guardian.  
Wall Street Journal.  
New York Times.  
El País.  
El Mercurio.  
Zero Hora.  
El Comercio.  
La Nación.  
Clarín.  
Comercio y Justicia.  
Punto a Punto.

## OTROS:

Netflix.  
Spotify.  
Cable Visión.



- **POROSO**

Restricción de contenido conforme a una decisión estratégica: cantidad de notas, fuentes de acceso, tipo de contenido, etc.

- **HARD O DURO**

Se cobra por la totalidad del contenido.  
Acceso totalmente restringido.

- **FREEMIUM**

Modelo mixto.

Contenido commodity gratuito.

Contenido Premium pago.

## CLUB DE BENEFICIOS

### PERIODÍSTICOS

---

El Mercurio  
Sou + Río O Globo  
Club La Nación  
Clarín 365  
Beneficios La Capital  
La Gaceta  
Los Andes Pass

### OTROS

---

YPF Servi Club  
Club Personal  
Club Grido



- Beneficios valorados por su exclusividad y privilegio.
- Articular correctamente la oferta masiva y exclusiva.
- Diferenciación entre clubes y descuentos.
- Generar sentido de pertenencia por sobre el valor funcional.
- Desarrollar un socio partícipe y activo.
- Aplicar inteligencia en el análisis e identificación de nichos y segmentos.
- Anclaje marcario.

# ETAPAS DEL PROYECTO

1

## REDACCIÓN

Comprender la situación actual y expectativas de los principales referentes de la compañía acerca del proyecto.  
Definición de hipótesis y/o rutas a validar con la audiencia de La Voz del Interior.

- Entrevistas con referentes internos.
- Análisis de documentación actual.
- Generación de hipótesis.

2

## REVISIÓN Y CORRECCIÓN

Comprender la percepción y recepción del target hacia el pago de los contenidos digitales y sus distintos modelos y propuestas de "paquetes" para La Voz del Interior y MundoD.

- Profundización sobre contenidos y disposición al pago.

3

## EDICIÓN Y PUBLICACIÓN

Comprender el tamaño de la oportunidad, considerando la percepción de precio de la misma y la valoración de distintas propuestas de producto.

- Cuantificación del valor del contenido digital, estimación del tamaño de la oportunidad y valoración de las distintas propuestas.

# MODELO DE SUSCRIPCIÓN EXITOSO

S



- Volumen y calidad de contenidos.
- Propuesta de valor segmentada por producto y grupos de consumidores.
- Oferta de contenidos: flexible, diversa, atractiva y personalizada.
- Plataforma de pago electrónica
- Sistema freemium/poroso.
- Experiencia de usuario.
- Calidad de servicio.
- Articulación integral.

# ¿QUÉ PIENSAN NUESTROS LECTORES?

Investigación de mercado integral sobre suscriptores papel, usuarios digitales registrados y usuarios digitales no registrados.

**Objetivo:** conocer el grado de predisposición al pago de nuestra audiencia digital y el producto ideal esperado.



# ¿QUÉ PIENSAN NUESTROS LECTORES? - Hallazgos



- **Audiencia fiel:** 7 de cada 10 ingresan diariamente / 50% entre 1 y 3 veces por día.
- **Smartphone:** relación 70 / 30.
- **Pago por contenido digital:** prueba + convencimiento. Compra por valor percibido.
- **Contraprestaciones claves:** información con valor + relacionamiento.
- **Alta sensibilidad al precio.**
- **Beneficios de Club La Voz + información libre de publicidad** aumentan el interés.

# ¿QUÉ PIENSAN NUESTROS LECTORES? - Hallazgos



## Principales desafíos

- Política de precio agresiva.
- Descreimiento respecto de la factibilidad de recibir un producto digital superior al actual.
- Educar y acompañar al mercado.

# ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN

---

PERIODISMO DE CALIDAD  
**SIN FRONTERAS**

---



SUSCRIBITE AL CONTENIDO  
DIGITAL DE LA VOZ

**La Voz**

# SITUACIÓN DESEADA. NUESTRA VISIÓN



- Las suscripciones digitales se complementarán con las suscripciones papel, para potenciar la monetización a través de los contenidos.
- El conocimiento de los suscriptores, el análisis de datos y la inteligencia aplicada a ese conocimiento permitirán detectar oportunidades de negocio más allá de los contenidos.

## Visión

- Convertir la cartera de suscriptores papel a SMP para potenciar la monetización.
- Profundizar el conocimiento de nuestra audiencia.
- Acelerar el crecimiento de las SMP a través de convenios o alianzas con empresas o instituciones.

PERIODISMO DE CALIDAD  
**SIN FRONTERAS**



SUSCRIBITE AL CONTENIDO  
DIGITAL DE LA VOZ



**LaVoz**

- Equipo interdisciplinario.
- Lanzamiento con nota periodística.
- Campaña masiva.
- Gran penetración en redes.
- Plan de ventas a empresas.
- Redacción – cantidad de notas y espacio especial en la web.
- Administración – sistema de pago.
- Redes.
- Armado de procesos y manuales.
- Logística de entrega de tarjetas.
- Sistemas – desarrollo propio



- Desarrollo 100% in-house.
- Integración con Cxense.
- DMP para la generación de reglas y poros.
- Generación de segmentos para ofertas personalizadas.
- Segmentación de publicidades.
- Integración con Gateway de pago PayU.
- Integración con Eventos de GA para las métricas.
- Embudos de conversión (Google DataStudio).

# PACKS DE SUSCRIPCIÓN LA VOZ

S

## Digital básico



+ información

✓ Acceso ilimitado a LaVoz, Vos y Mundo D

**\$ 50**  
por mes

Después del sexto mes, \$ 100

SUSCRIBIRME

## Digital + Club La Voz



+ información

✓ Acceso ilimitado a LaVoz, Vos y Mundo D

✓ 1 tarjeta Club La Voz

**\$ 75**  
por mes

Después del sexto mes, \$ 150

SUSCRIBIRME

## Digital + Club La Voz + PDF



+ información

✓ Acceso ilimitado a LaVoz, Vos y Mundo D

✓ 2 tarjetas Club La Voz

✓ Sin publicidad emergente

✓ Versión PDF del diario

**\$ 84**  
por mes

Después del sexto mes, \$ 165

SUSCRIBIRME

## Poroso

- Hasta 40 notas periodísticas libre acceso.
- + 40 notas periodísticas registro sin cargo en los últimos 30 días.
- + 80 suscripción en los últimos 30 días.

## Freemium

- Contenido Premium.
- Beneficios adicionales.



**Suscribite ahora para disfrutar de una experiencia completa.**

¿Ya sos suscriptor de la edición impresa de La Voz?

INGRESÁ TU TARJETA CLUB LA VOZ

- Suscriptores de 7 días: GRATIS.
- Suscriptores menos de 7 días: \$25 adicionales en su factura.

## ACCIONES

- Envió de mail dos veces por semana.
- Ofrecer en el call cierre de la venta.
- Plan empleados.

# EMBUDO DE CONVERSIÓN



Usuarios únicos notas periódicas

Usuarios  
**7.608.505**  
↑ 31.0%

\*Acumulado febrero a abril

**Logueados**

Cuentas  
**146.467**  
↑ 85.8%

**Suscriptores**

Personas

Digital Puro  
**2.183**  
↑ 6,320.6%

**4.757**  
↑ 11,226.2%

Desde Papel  
**2.565**  
↑ 51,200.0%

**% de Adhesión de BBDD  
Papel.**

**Full  
32%**

**Plus  
7%**

Cantidad de registros sin adherir  
restantes

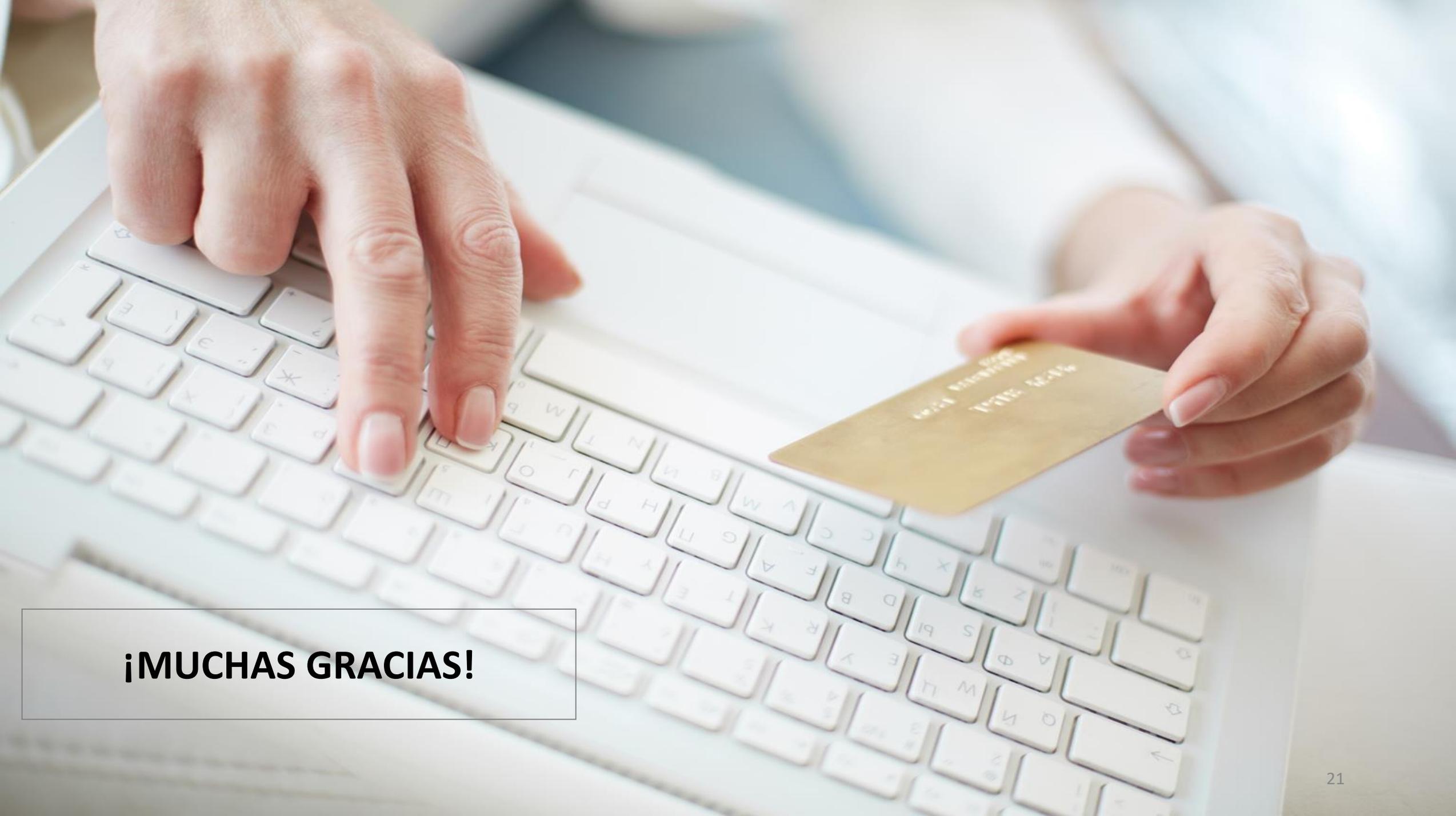
**7D**

**>7D**

1627

26248

Fuente: Google Analytics 360 (Usuarios únicos y Logueados). Sooft (Suscriptores)



**¡MUCHAS GRACIAS!**