

Monetización de audiencias



Diversificación de ingresos, una estrategia posible

**Efectos de la disrupción digital en la
propuesta de valor de los medios gráficos.**

**Un nuevo canal de distribución = un nuevo
paradigma de monetización**

El problema del nuevo $p \times q$

En búsqueda de la audiencia.

El espejismo de las nuevas fuentes de tráfico.

Después de tsunami económico, el verdadero dilema: un modelo de periodismo sustentable

**El primer paso: redefinir la propuesta de valor
(al lector y al anunciante)**

**El paso siguiente: diseñar una estructura de
en función de la misma (no al revés)**

**El espejismo de los nuevos formatos
publicitarios.**

**Perdón que insista en el tema, primero definir
la propuesta de valor.**

Cuando la publicidad no alcanza.

Suscripciones: el valor de los contenidos. Qué vendemos y a quién ? (de vuelta la propuesta de valor)

Cuando las suscripciones no alcanzan.

El difícil equilibrio entre la publicidad y la experiencia de consumo de contenidos.

Y si aún así no alcanza ?

El valor de la marca. Fuentes de ingresos más allá de los medios digitales.