

Evolución 2021

SEP
15

Desarrollo de Producto
Sesión 1: De la visión de usuario
a la estrategia de producto

ADEPA

CON EL
APOYO DE

 FACEBOOK
JOURNALISM
PROJECT

Del contenido al producto

Legacy content
(1990 - 1995)

Digital content
(1996 - 1999)

Business & Strategy
(2000 - 2009)

Product Strategy
(2010 - Hoy)



german@frassa.com
@germanfrassa

Ex director de
Producto &
Desarrollo de
Audiencias Digitales
Unidad Editorial

THE PRODUCT
PUNCH

Productos Digitales: El proceso de creación



Amazon: bit.ly/libroGF2017



german@frassa.com
@germanfrassa

Ex director
de Productos Digitales
& Desarrollo de Audiencias,
Unidad Editorial
(2010 - 2021)

EL MUNDO
MARCA
Expansión
TELVA

Desarrollo de Producto — Menú del día

Evolución
2021

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Hay salida?
- ¿En qué consiste?
- ¿Cómo implementarla?

Evolución
2021



El
problema:
¡Se nos
escapó la
tortuga!

¿Quién dijo
que todo está
perdido?



The New York Times

Evolución
2021

8

millones
de suscriptores

1.800

millones USD
en ingresos

+24%

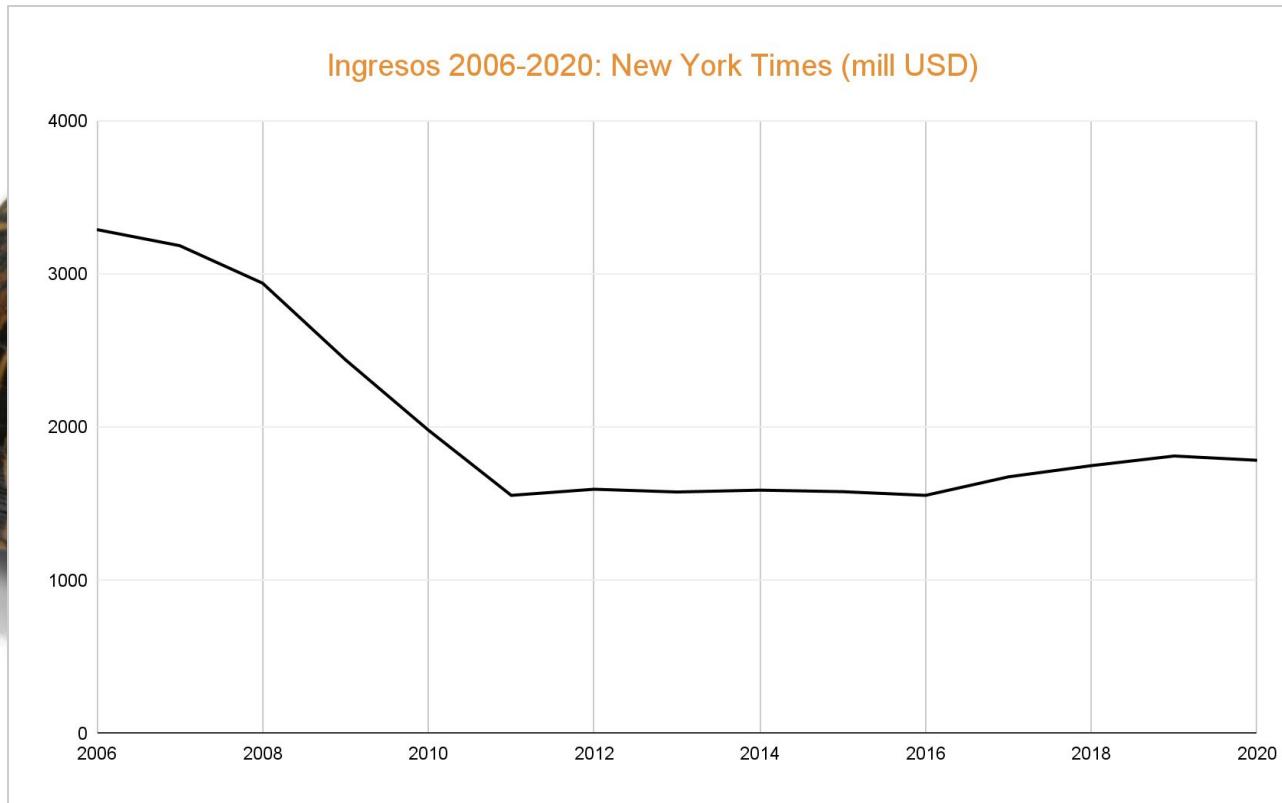
ingresos YoY

1.700

periodistas

Pero...

EVOLUCIÓN
2021



¿Por qué se escapó la tortuga?

La intuición,
la originalidad
y la creatividad
eran los motores de
nuestro
negocio



Foto: Oficinas de Unidad Editorial en Madrid, decoradas con imágenes de películas clásicas sobre el mundo del periodismo.



Todos los hombres del presidente...



Primera plana...



Buenas noches y buena suerte...

Evolución
2021

¿Dónde está la tortuga?

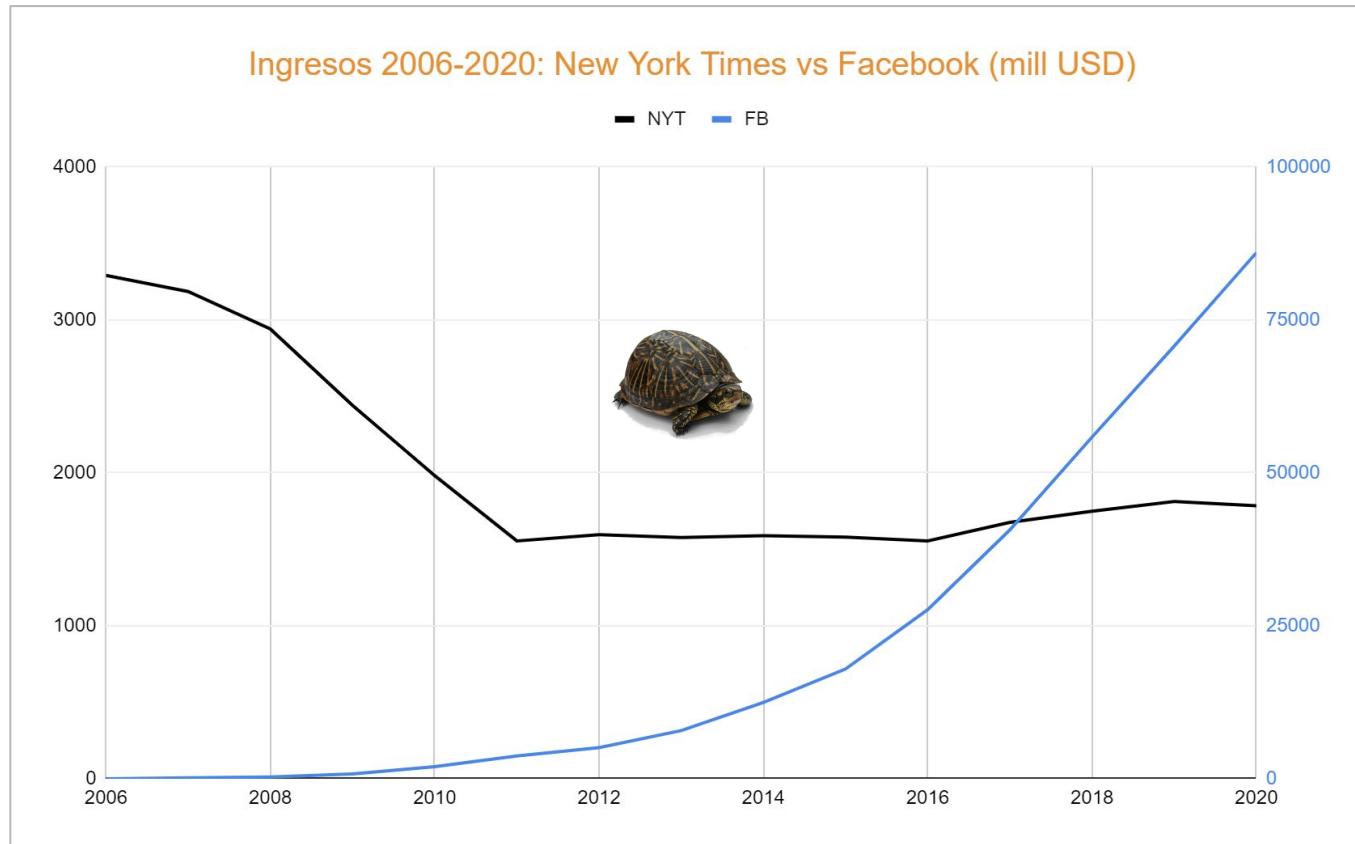
Hoy la intuición,
la originalidad
y la creatividad

no bastan.



La tortuga la tienen los ingenieros

Evolución
2021





¿Los medios son
empresas

tecnológicas?

Lo que vemos vs. lo que ve el usuario

EVOLUCIÓN
2021



MEDIO

Redacción: espacio para comunicar

Diseño: espacio para crear

Publicidad: soporte para anunciar

Ventas: excusa para cobrar

Tecnología: motivo de sufrimiento

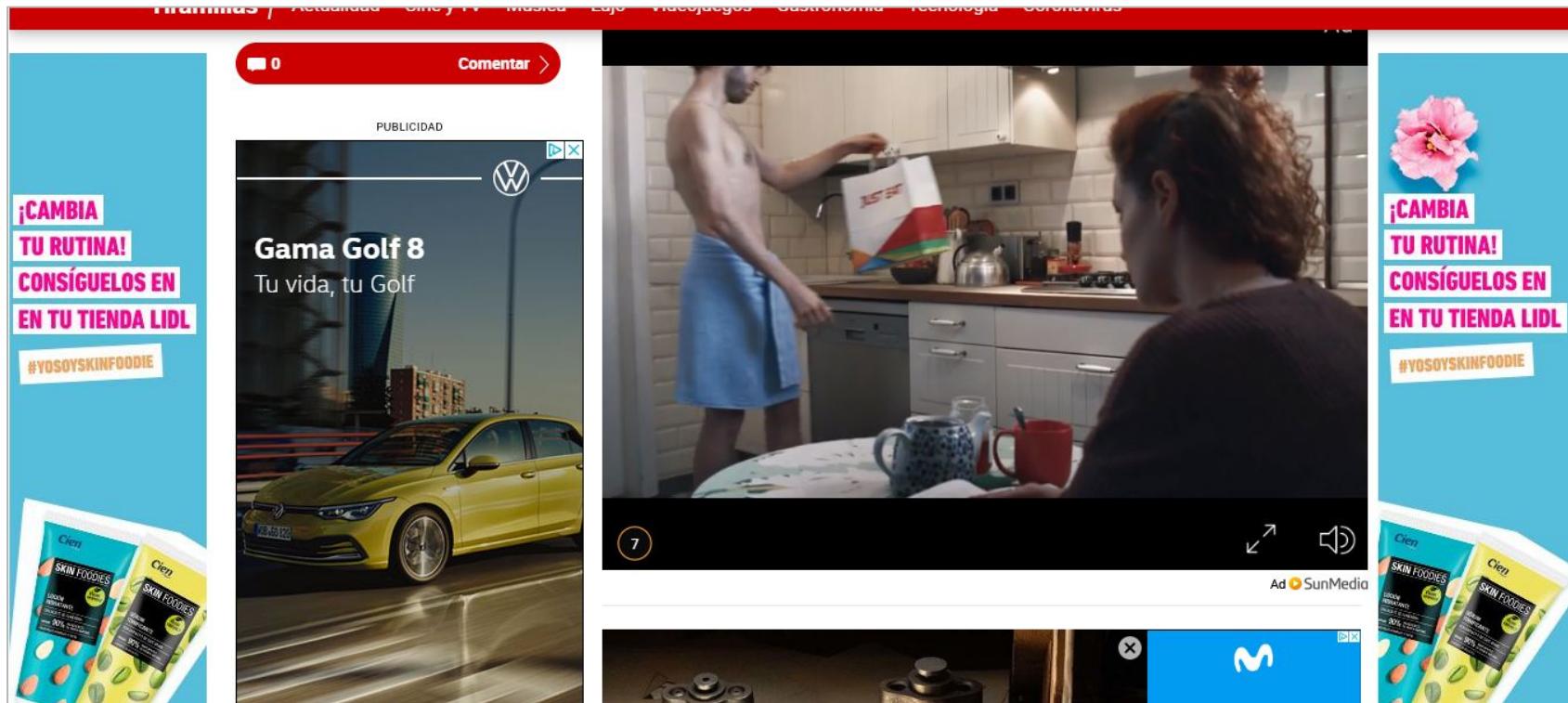


HERRAMIENTA

Usuario: una pieza de software más en el bolsillo para resolver mis necesidades cotidianas

Lo que ve el usuario

Evolución
2021



100% de la superficie de la página cubierto por anuncios publicitarios

Lo que ve el usuario

Evolución
2021

The screenshot shows a top navigation bar with categories: España, Opinión, Economía, Internacional, Deportes, Cultura (highlighted in blue), Tv, Ciencia y Salud, Tecnología, LOC, and Más. A search bar is on the right. Below the menu, there's a red banner for LaLiga Santander advertising a Samsung Smart TV. To the left, a sidebar features the LaLiga Santander logo and another advertisement for a fixed-rate mortgage. The main content area includes a large image of a soccer player on a screen, a headline about terrorism, and a political column by Raúl Piña.

España Opinión Economía Internacional Deportes **Cultura** Tv Ciencia y Salud Tecnología LOC Más ▾ Buscar en

SECCIONES

LaLiga Santander

Contrata tu **HIPOTECA TIPO FIJO**

Contrata tu **HIPOTECA TIPO FIJO**

LaLiga Santander

Contrata tu **HIPOTECA TIPO FIJO**

y consigue esta **Samsung Smart TV 55"**

Consulta condiciones.

Terrorismo. El Gobierno de

RAÚL PIÑA | Madrid

Anuncios que impiden usar el menú de navegación



Cuarta noche de incidentes en Barcelona con cargas y choques entre antifascistas y

Lo que ve el usuario

Evolución
2021

LAMARDO Accede Menú

ELECCIONES 28-A • En un acto de Unidas Podemos en las Palmas

Iglesias empuña la bandera independentista de Canarias

VOTA PSOE

Publicidad “inteligente” que se asocia de manera desafortunada con el contexto

13:09

4G

help.nytimes.com

There are several ways to unsubscribe from The Times. Once your subscription has been cancelled you will have limited access to The New York Times's content.

Speak with a Customer Care Advocate

Call us at [866-273-3612](#) if you are in the U.S. Our hours are 7 a.m. to 10 p.m. E.T. Monday to Friday, and 7 a.m. to 3 p.m. E.T. on weekends and holidays.

Please see our [international contact information](#) if you are outside of the U.S.

Chat with a Customer Care Advocate

Click the "Chat" button to the right or bottom of this page to chat with a Care Advocate. Chat is accessible 24 hours a day 7 days a week.

For more information about our cancellation policy, see our [Terms of Sale](#).

Lo que ve el usuario

Evolución
2021

Suscripciones que se dan de alta online en un segundo...

Pero que requieren una llamada telefónica para cancelar.

Lo que ve el usuario

Evolución
2021

Valoraciones y reseñas

1,8
de 5

1,5 mil valoraciones



mablaquezd, 08/04/2021

No se escucha audio de los videos en iPho...
En esta versión los videos se ven pero no se escuchan. ¿Que puede estar pasando? En versiones anteriores si que se oían (no recuerdo desde qué versión se ha dejado) [Más](#)



pRiosFdez, 10/12/2018

Un poco de aplicación en estos anuncios
Me meto en esta App cuando me apetece ver anuncios, de vez en cuando me sale alguna noticia deportiva interesante, lo cual, a veces es molesto, pero se agradece ver cosas [Más](#)

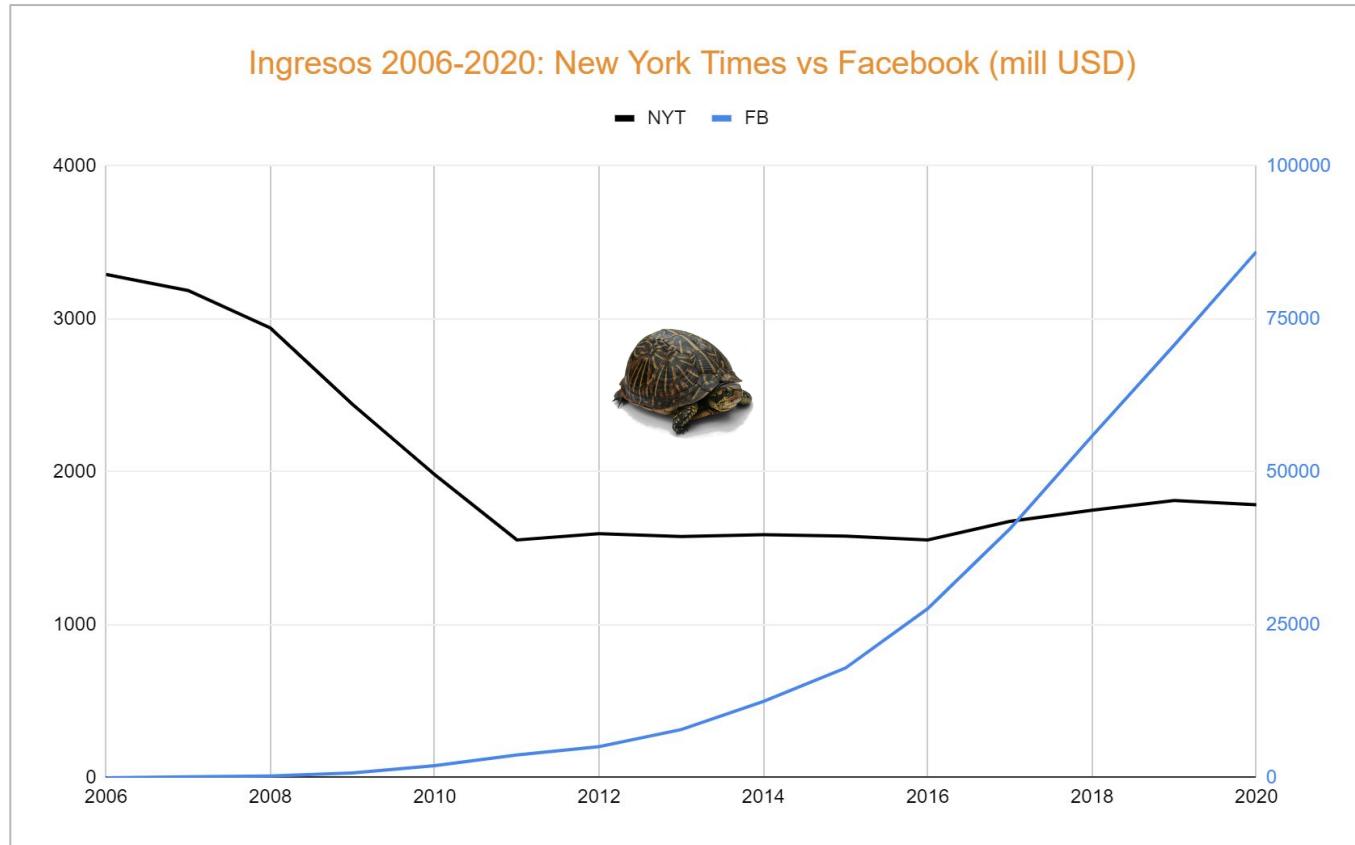


AngelRamiroL, 23/03/2021

Demasiada publicidad
Abres la app, publicidad!
Ves una noticia, publicidad!
Ves un video, publicidad x2!!!
Solo sirve para ver anuncios.

¿Solo con tecnología es posible esto?

Evolución
2021



Desarrollo de Producto — Menú del día

Evolución
2021

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Hay salida?
- ¿En qué consiste?
- ¿Cómo implementarla?



PRODUCT
IS
COMING



Joe Gebbia,
Chief **Product** Officer,
AirBnB



Gustav Söderströmm
Chief **Product** Officer,
Spotify



NETFLIX

Greg Peters
Chief **Product** Officer,
Netflix

Tamar Yehoshua
Chief **Product** Officer,
Slack





Sundar Pichai
Alphabet CEO,
Former Google
Chief **Product** Officer

A professional headshot of Chris Cox, a man with short brown hair and a light beard, wearing a blue button-down shirt. He is looking directly at the camera with a neutral expression.

TECH

Facebook Product Chief Chris Cox's 2020 Compensation Is Valued at \$69.7 Million

Most of the total is for restricted stock units; Cox is also entitled to receive \$4 million sign-on bonus

Chris Cox
Chief **Product** Officer
Facebook

Los medios no están al margen de esta tendencia...



Alexandra Hardiman
Chief Product Officer at The New York Times



Joey Marburger
Director of Product at The Washington Post



Laila Dahlen
Chief Product Officer at Schibsted Media Group



Cait O.
Chief Product and Information Officer at the Financial Times



Millie Tran
Chief Product Officer at The Texas Tribune

El ascenso de la cultura de producto

Evolución
2021



Google News Initiative
Talleres sobre producto



Evolución
2021

ADEPA

CON EL
APOYO DE



La ruta al Producto en medios

Community Management

Producto



SEO



Data

2020



Evolución
2021

Desarrollo de Producto — Menú del día

EVOLUCIÓN
2021

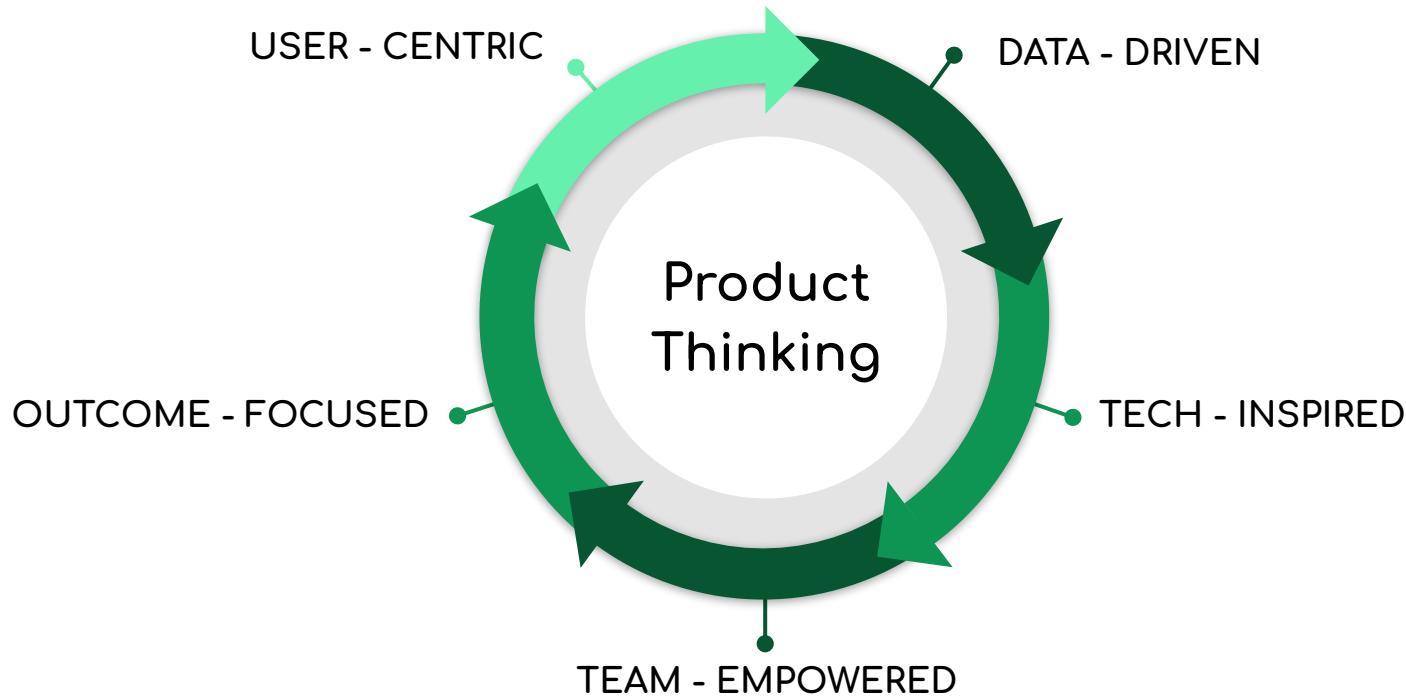
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Hay salida?
- ¿En qué consiste?
- ¿Cómo implementarla?

¿¿PRO
DUCT
O??



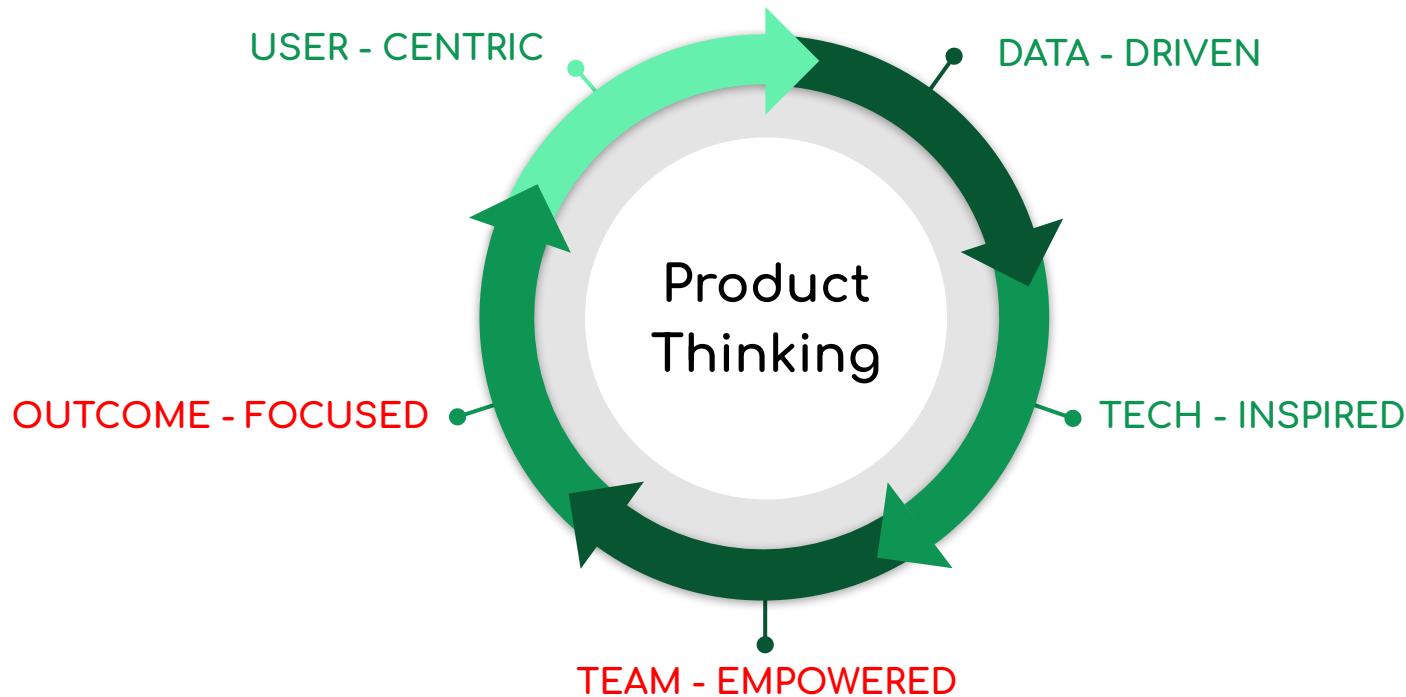
Product Thinking — 5 principios

Evolución
2021



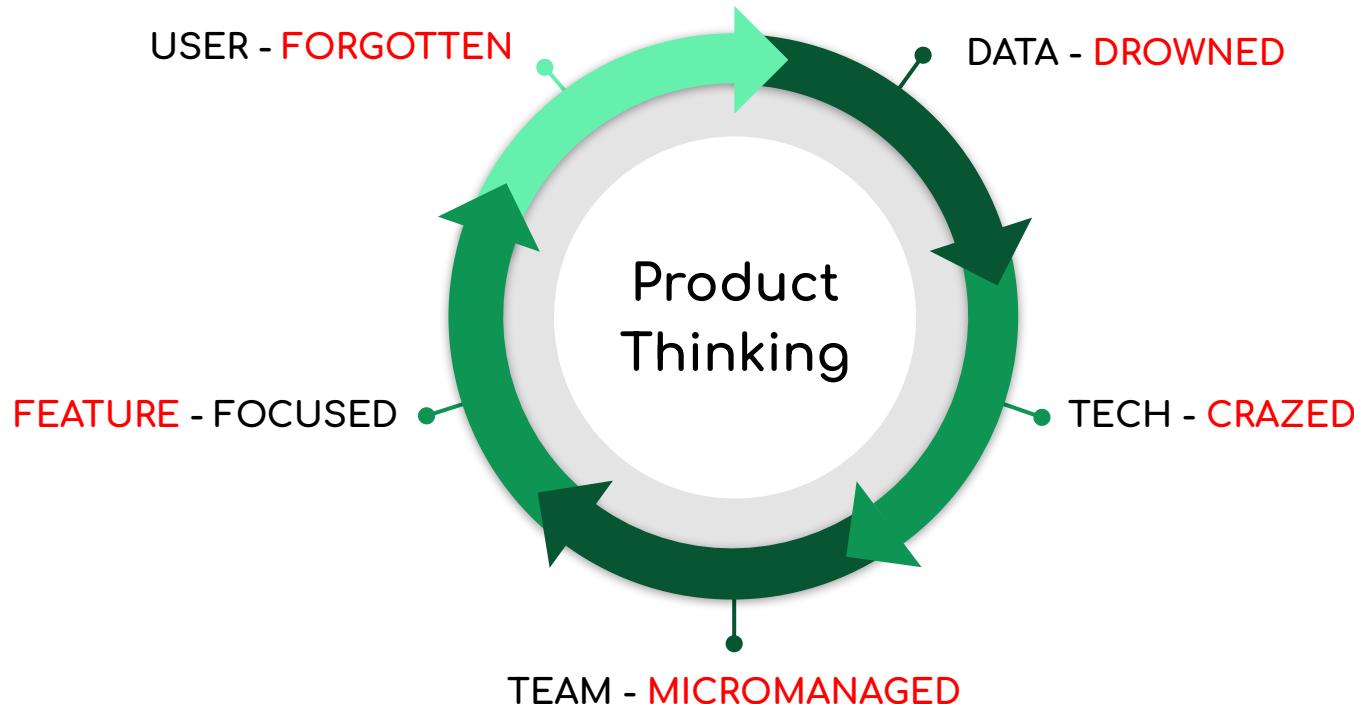
Product Thinking — 5 principios

Evolución
2021



Product Thinking — 5 principios

Evolución
2021



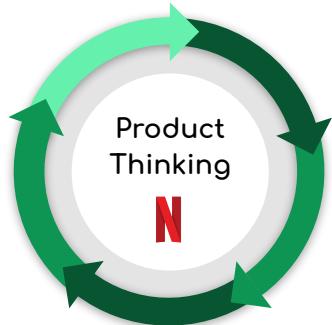
Product Thinking — Ejemplo: Netflix

EVOLUCIÓN
2021



Product Thinking — Ejemplo: Netflix

EVOLUCIÓN
2021



- OUTCOME - FOCUSED
- USER - CENTRIC
- DATA - DRIVEN
- TECH - INSPIRED
- TEAM - EMPOWERED

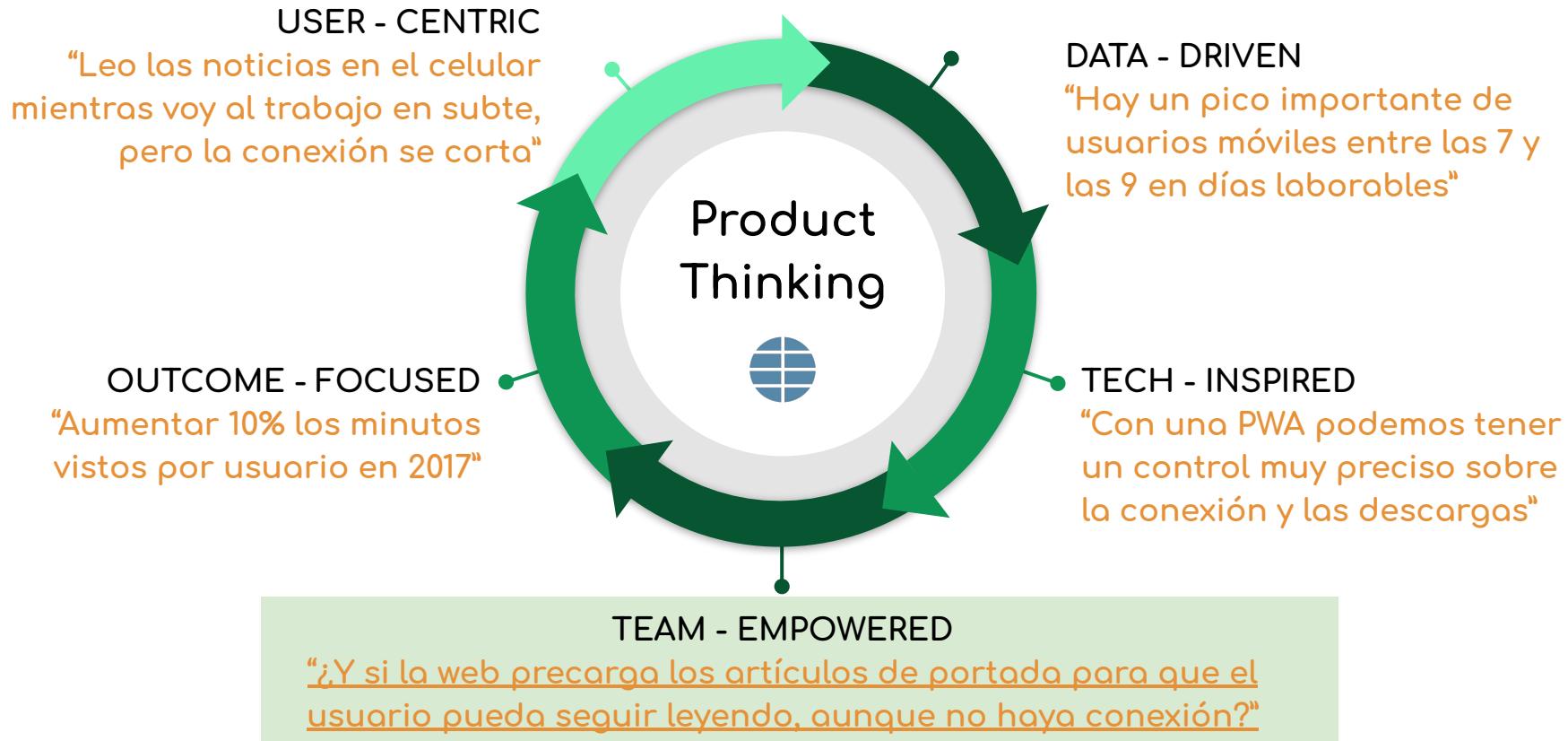


Fuente: [Artwork Personalization at Netflix](#) (2017)



Product Thinking — Ejemplo: El Mundo

Evolución
2021



“Un **líder** debe articular **QUÉ** hay que hacer y **POR QUÉ**, y luego dejar que el equipo **decida** cuál es la mejor manera de hacerlo”.



—Avid Larizadeh Duggan
(eBay, Skype, Accel Partners,
Google Ventures, Barclays UK)

Desarrollo de Producto — Menú del día

Evolución
2021

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Hay salida?
- ¿En qué consiste?
- ¿Cómo implementarla?

Composición tema: “El abismo”

OBJETIVOS



PRODUCTOS



Producto: Lo que hay que tener

OBJETIVOS

1. Una **base sólida**: misión, valores y visión
2. Una **organización** adecuada
3. Un **mechanismo** claro para comunicar y medir objetivos
4. Una **metodología** para convertir problemas en soluciones

PRODUCTOS

Lo que hay que tener: 1. Una base sólida

Misión

Valores

**Visión de
Producto**



U B E R

“Transporte tan confiable
como el agua corriente,
en todas partes y para
todos”.



Our mission:
Bring the world closer together.

Lo que hay que tener: 1. Una base sólida

Mission

Give people the power to
share and make the world
more open and connected



Lo que hay que tener: 1. Una base sólida

EVOLUCIÓN
2021

Visión de producto:

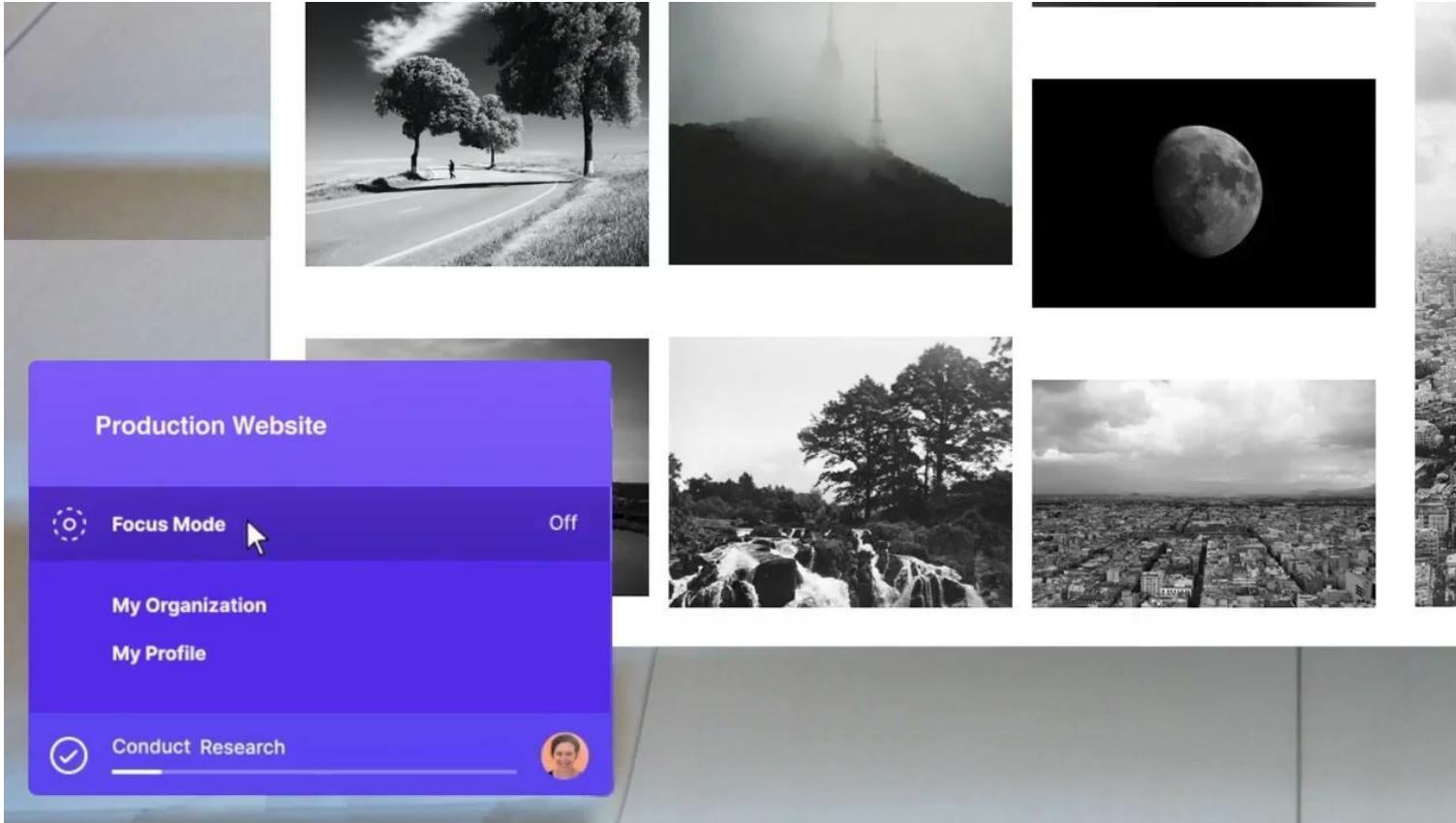
- Descripción inspiradora del futuro (a 3-10 años)
- Desde el punto de vista del valor aportado al usuario
- Basado en las tendencias de la industria

Sirve como:

- Guía e inspiración a través de toda la compañía
- Herramienta para reclutar talento
- Ayuda a estructurar equipos
- Ayuda a estructurar plataformas y sistemas

Visión de Producto: Asana

Evolución
2021



Visiontype: Altavoz (El Mundo)

Evolución
2021



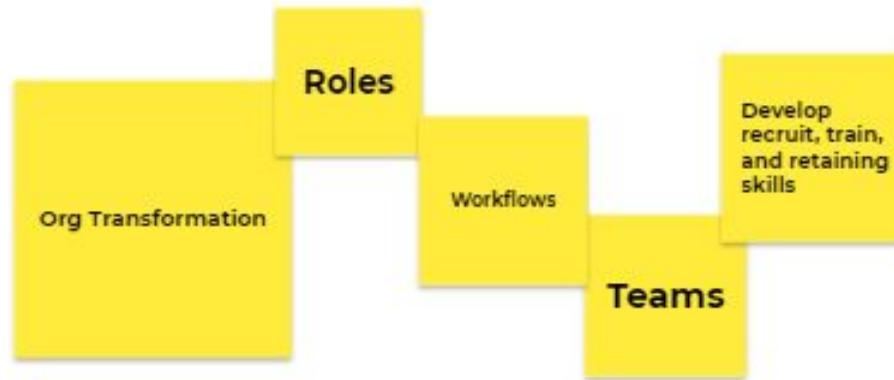
EL MUNDO

App lectora de titulares
con comandos de voz,
procesamiento de lenguaje
natural e inteligencia
artificial

Objetivo: dotar a la app de un “modo coche”, para que el usuario navegue y consulte las noticias de portada mientras conduce

Lo que hay que tener:

2. Una organización adecuada



Lo trataremos a fondo
en la siguiente sesión

Lo que hay que tener: 3. Un mecanismo claro para comunicar y medir objetivos

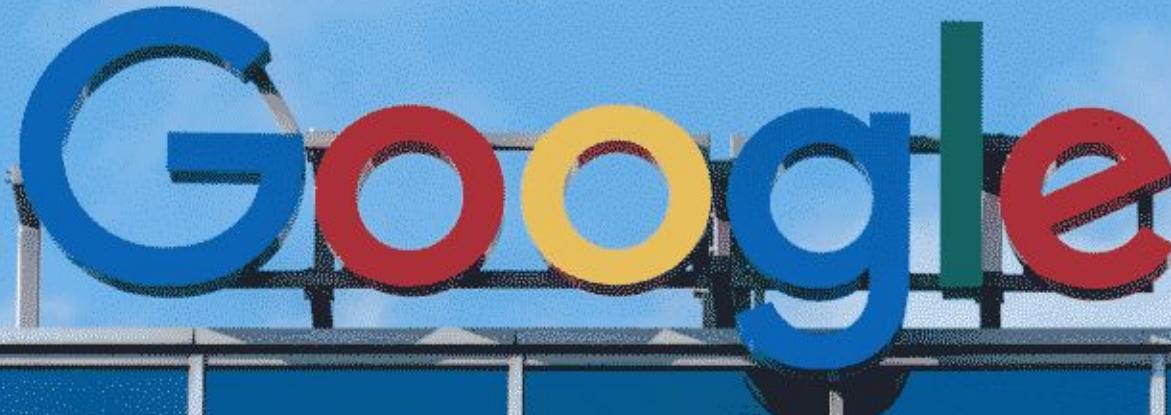
OKRs

(Objectives &
Key Results)



Los OKRs nos ayudaron a crecer en un factor de 10, varias veces”.

Larry Page, co-fundador de Google



Lo que hay que tener: 4. Un método para convertir problemas en soluciones

¿Qué es
**PRODUCT
MANAGEMENT?**

1. Entender
los objetivos

2. Conocer
al usuario

3. Descubrir
el producto

4. Decidir
en equipo

5. Validar
con usuarios
reales

6. Valorar
riesgos

7. Definir
en detalle

8. Construir
con agilidad

9. Controlar
la calidad

10. Mejorar con
experimentación
continua

“Product is HARD”

Marty Cagan, SVP Group



“Product is **HARD**”

“...but is what differentiates
THE BEST from
THE REST.”

Marty Cagan, SVP Group





Desarrollo de Producto

Q&A

ADEPA

CON EL
APOYO DE



Evolución 2021

SEP
15

Desarrollo de Producto
Sesión 1: De la visión de usuario
a la estrategia de producto

ADEPA

CON EL
APOYO DE

 FACEBOOK
JOURNALISM
PROJECT