

MEDIOS EDITORIALES Y DE COMUNICACIÓN

Estado del SECTOR

La pandemia mundial ha acelerado la transformación digital en la industria editorial y de comunicación. En cuanto a las noticias positivas, el consumo promedio de los medios de comunicación se ha duplicado a partir de 2019 hasta alcanzar las 6 horas y 59 minutos diarios en 2020. Pero abundan los desafíos, por ejemplo, la disminución del 20 al 30% de los principales ingresos de los periódicos. Al mismo tiempo, los nuevos formatos de contenido experimentan un crecimiento ilimitado, con un gasto de publicidad en podcasts que está a punto de alcanzar los 31,3 millones de dólares en 2020 y se dirige a 106,5 millones de dólares en 2022.



Oportunidades PARA EL SECTOR

En la nueva realidad, las principales empresas editoriales y de medios de comunicación dan prioridad a las tecnologías digitales para ofrecer experiencias relevantes a sus clientes. Describimos a continuación las principales oportunidades desde la visión del marketing:

a) Mantener a los lectores informados a través de los canales móviles. El cambio a los dispositivos móviles es la noticia más importante de 2020: Los consumidores pasan 3 horas y 6 minutos al día en sus smartphones, por lo que los editores necesitan estrategias que den prioridad a los móviles. Los presupuestos de publicidad también se están desplazando hacia donde están los ojos: A pesar de la incertidumbre económica, el gasto en publicidad móvil mantiene su crecimiento hasta alcanzar los 199.200 millones de dólares en todo el mundo en 2020, con 240.000 millones de dólares en el horizonte para 2022.

b) Las redes sociales predominan sobre los medios tradicionales. Antes de que algo se publique en las noticias, ¡lo está en Twitter! No es de extrañar que el 48% de los consumidores del mundo informan de que han pasado más tiempo en las redes sociales desde el

comienzo de la pandemia. Y para los consumidores jóvenes, los canales sociales son los medios de comunicación más usados: El 38% de los consumidores de la Generación Z dependen de las redes sociales como su principal medio de información.

c) Todas las noticias son personales. La era del contenido de una talla única ha terminado. Para bien o para mal, los consumidores quieren el tipo de información y giro que apoya sus visiones del mundo. Para un sistema digital más personalizado experiencia, el 81% de los consumidores están dispuestos a compartir datos personales. Los editores necesitan conocer a los personajes clave de su público y adaptar contenido y recomendaciones en consecuencia, o se arriesgan a convertirse en las noticias de ayer.

1 <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/09/23/2097872/0/en/Global-Online-Content-Consumption-Doubles-in-2020-Research-Shows.html>

2 <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2020/04/13/newspapers-are-struggling-with-coronavirus/#51ca0de439ef>

3 <https://content-na2.emarketer.com/programmatic-podcast-ad-spending-will-double-2020>

4 <https://www.vox.com/recode/2020/1/6/21048116/tech-companies-time-well-spent-mobile-phone-usage-data>

5 <https://www.statista.com/statistics/303817/mobile-internet-advertising-revenue-worldwide/>

6 <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/09/23/2097872/0/en/Global-Online-Content-Consumption-Doubles-in-2020-Research-Shows.html>

7 <https://www.statista.com/statistics/281915/main-news-sources-millennials/>

8 <https://www.zdnet.com/article/four-out-of-five-consumers-will-trade-data-for-personalisation/>



Los clientes de Selligent ofrecen experiencias excepcionales:



La empresa líder de medios de comunicación del Reino Unido, **Dennis Publishing**, buscaba aumentar el número de suscriptores y el engagement de sus clientes. Para lograrlo, el equipo de marketing creó una campaña de correo electrónico automatizada y personalizada del ciclo de vida del cliente en Selligent Marketing Cloud. Los resultados impresionantes incluyen un aumento del 614% año tras año (¡lo has leído bien!) en las suscripciones de la segmentación por correo electrónico y un aumento de las tasas de apertura del 27% en una de las campañas más exitosas de la historia de la empresa.

¡ACTÚA!

CAMBIO A UNA ESTRATEGIA MOBILE-FIRST

Los lectores de hoy en día consumen información, compran en línea y navegan su vida diaria en los dispositivos móviles. Los editores necesitan llegar a ellos con contenido dinámico y optimizado para móviles, actualizado en el momento de la apertura, y relevante para la situación actual. Selligent permite a los editores diseñar eficientemente campañas de ciclo de vida de cliente con un verdadero alcance omnicanal, incorporando funcionalidades a través del correo electrónico, SMS, push, social, sitio web, y más para seguir a los lectores a donde quiera que vayan.

APRENDE A LEER LAS PREFERENCIAS DE TUS CONSUMIDORES

Obtén una visión de 360 grados de tus lectores como individuos únicos. Los perfiles de consumidores universales de la plataforma Selligent están centralizados almacenar las preferencias de cada lector. Actualizado en tiempo real, Los Perfiles Universales combinan

el contacto, la interacción y la transacción con datos de CRM, preferencias web y comportamientos, para conducir experiencias de clientes verdaderamente conectadas y holísticas. Junto con una extensa IA y funcionalidades de contenido dinámico, los insights proporcionan la base para un marketing de contenido personalizado a través de todos los canales.

ENTREGA A LOS MEDIOS EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS BASADAS EN LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR

Cuando hablamos de medios editoriales y de comunicación, no se trata sólo de crear un contenido atractivo. Se trata de la relevancia personal para cada consumidor. Con Selligent, los editores pueden personalizar sus comunicaciones al nivel de cada lector. Selligent también conoce el canal preferido y el tiempo de engagement de cada lector activando mensajes personalizados en el momento adecuado.



Las principales editoriales y empresas de medios de comunicación han elegido a Selligent Marketing Cloud como su plataforma inteligente de marketing B2C: Basándose en la personalización impulsada por la IA, amplias funcionalidades de prueba, métricas de engagement en tiempo real y la entrega de contenido dinámico. **Más información en www.selligent.com/es**