



Los servicios de noticias online

 NOTICIAS.COM

"Internet Pone el poder de interpretar, el poder de llegar a la realidad, en manos de todo el mundo. No lo deja en manos de la casta sacerdotal de los medios que desde hace un siglo le dice a la gente qué es real y qué no lo es"

*Luis Rosetto, fundador de
Wired*

En el periodismo digital, la información gira en torno a satisfacer las necesidades del usuario. El es el centro de la actividad periodística.
Internet es un negocio como otro cualquiera solo que se desarrolla utilizando medios digitales

¿qué buscan los usuarios en la red?

Diversos estudios que analizan las preferencias de los usuarios en su navegación llegan a la conclusión que los contenidos relacionados con la información ocupan un lugar prominente. Noticias, comunicación e interactividad son los reyes de la audiencia

España

61,5%
Opinatica

Europa

61%
Ad-link

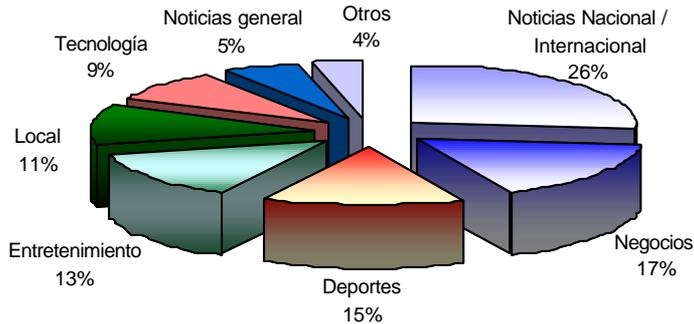
Argentina

64%
Prince & Cooke/99

Cuales son los temas que representan mayor interés

Temas de interés de los consumidores en los servicios de noticias

NFO Interactive - 1998

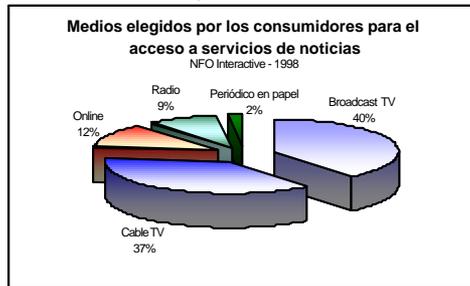


¿Y en nuestro entorno?

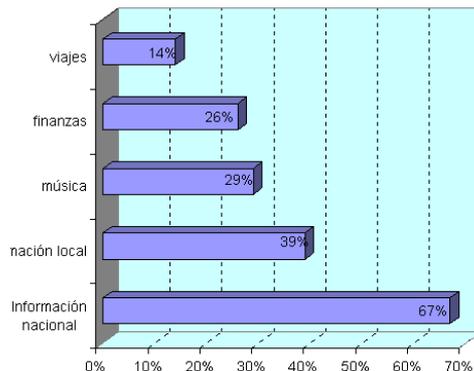
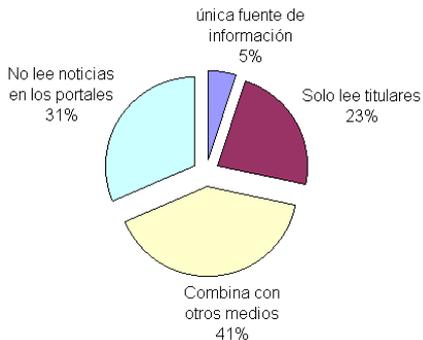
	España	Europa	Argentina
Tiempo	21%		
Información financiera	28%	37%	15%
Información deportiva	33%		25%
Espectaculos	35%		
Viajes - Turismo	54%	60%	
Noticias de actualidad	67%	61%	30%
Información local		60%	

Los cuatro grandes jugadores en la información online

- Sitios Online verticalizados (local, tecnológica, música, viajes...)
- Los portales generalistas
- Los medios tradicionales online (TV, Radio, prensa)
- Los usuarios



Los portales: un 69% de sus usuarios accede a sus contenidos noticiosos

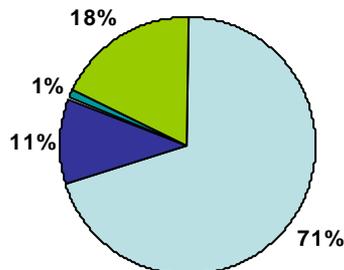


Fuente NFO - 2000

¿Pero... donde esta el negocio?

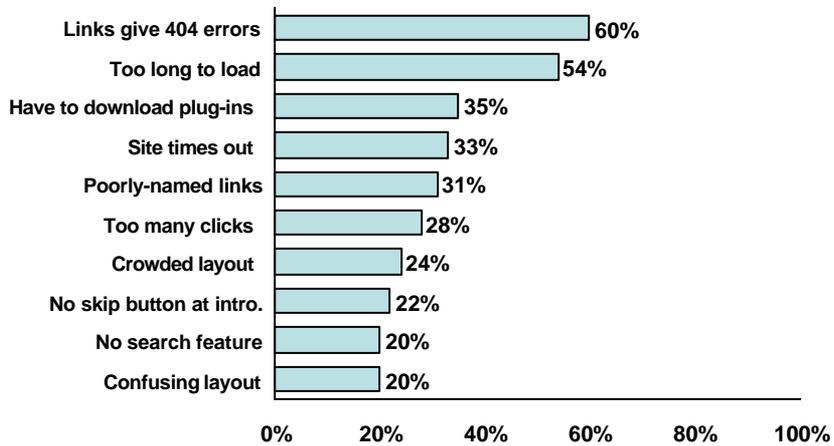
- ¿Venta de contenido?
- ¿Cobro por el servicio?
 - ¿Publicidad?
 - ¿Intermediación?

¿Es fácil la navegación? Promueve la satisfacción del usuario

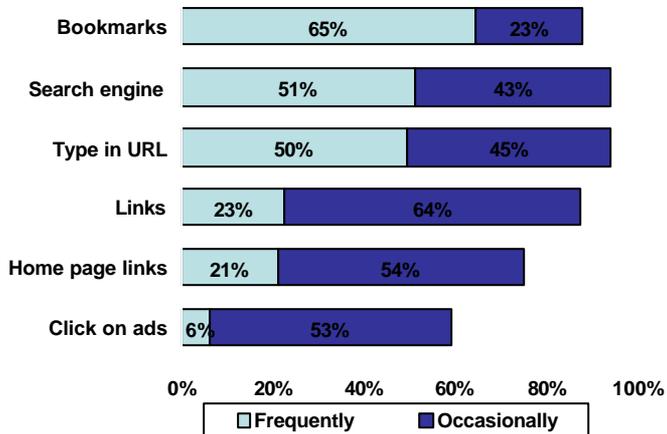


Generalmente satisfecho Insatisfecho
Muy insatisfecho Muy satisfecho

Motivos de frustración en la navegación



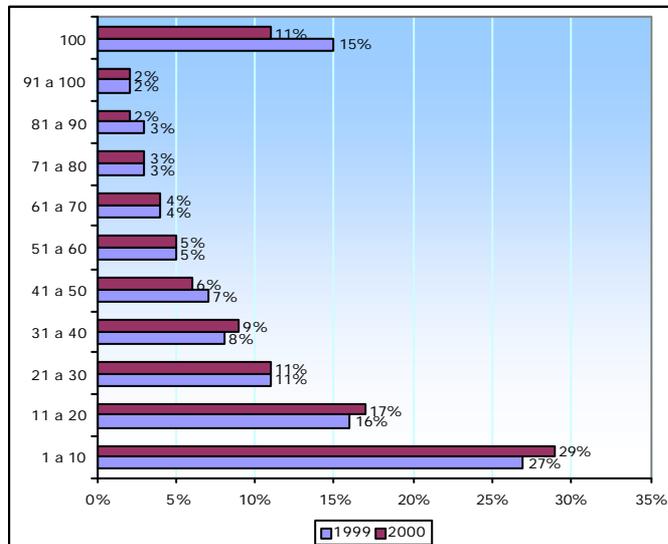
¿cómo navegan?



No podemos equivocarnos!

La mayoría de los usuarios visitan menos de 40 sites... si nos equivocamos puede que no vuelvan

Fuente: Jupiter



3er objetivo: Audiencia

+ Cuota = + Ingresos

Mayor número de Usuarios únicos

Disponer de un elevado porcentaje de usuarios únicos permite asegurar una fuente de ingresos estable y como mínimo dos veces superior al segundo

Elevado número de páginas

A mayor número de páginas impresas, mayores ingresos publicitarios

Cómo más “usuarios únicos”
dispongamos mayores seran los
ingresos...

Las agencias publicitarias están aplicando nuevas formas para la gestión de la
publicidad online: la frecuencia y la segmentación

Frecuencia a tres:
100.000 usuarios,
igual a 300.000
banners

Segmentación por IP:
Sólo tienen interés
aquellos usuarios de
un país determinado

Cuando
mejor sea la
calidad de
estos más
dinero
obtendremos
por nuestras
impresiones

CPM: 0,2 a 1
Especializado
de 1.9 a 3

4 Objetivo: Fidelización

- Páginas Webs temáticas y Portales generalistas: Grado de fidelización= tiempo de permanencia x páginas vistas
- Buscadores: Grado de fidelización= usuarios x número de consultas.

Podemos medir la fidelización

Elementos claves para la fidelización

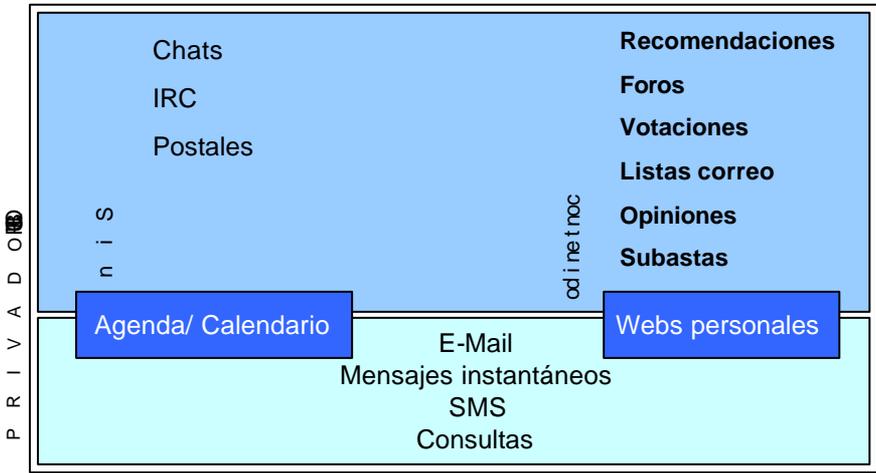
- Profundización en la navegación
- Involucración del usuario
- Incorporación de nuevos contenidos

Implicar al usuario

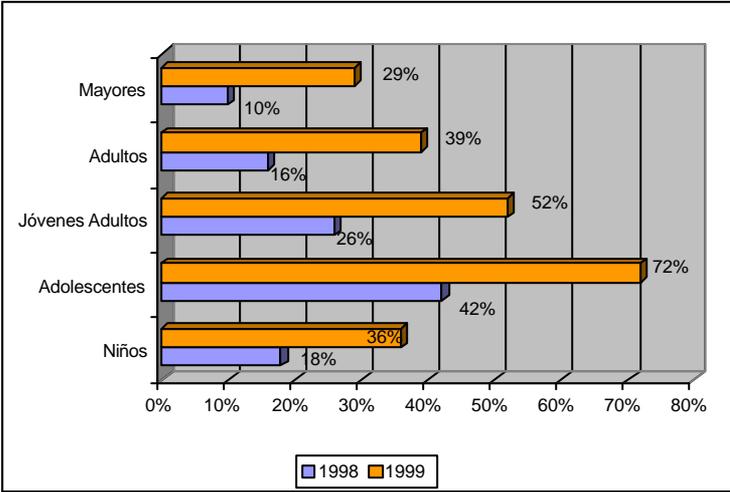
El usuario comunica.. El usuario participa

- Un gran porcentaje de usuarios se muestra activo en la red
- Participa activamente aportando sus propios contenidos y ofreciendo interactividad a los sitios Web.
- Foros, Chats, ICQ son algunos de los servicios más utilizados y demandados en su uso.

Los usuarios aportan contenido

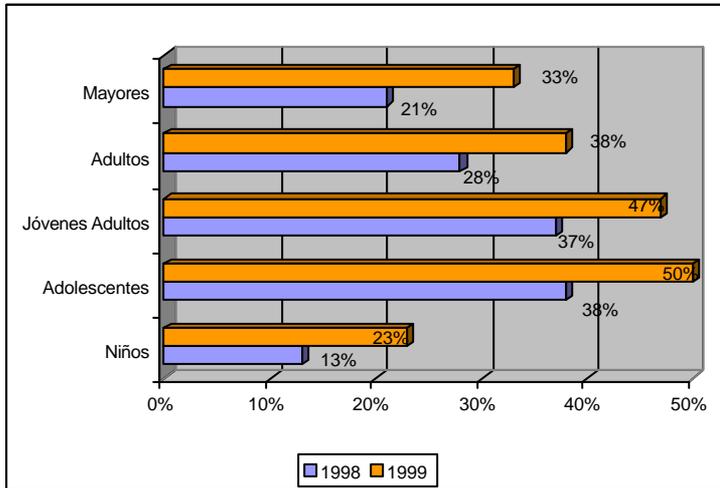


El chat el rey de la interactividad



Uso de Chat – Jupiter 2000

Páginas personales, la contribución de los usuarios



Páginas personales – Jupiter 2000

Nuevos contenidos para nuestra Web

	Portales	Musica	Finanzas	Viajes
Subastas	3	2	1	3
Anuncios	2	3	3	3
Foros	1	3	2	1
Páginas Personales	2	3	1	3
Calendarios	3	2	1	3
Opiniones / Reviews	1	3	2	3
Fuente Jupiter 2000				

1 interesante – 2 Recomendable – 3 Necesario

Ahora, SI, ya podemos empezar a pensar en el dinero

- Venta de contenidos
- Acceso al almacén
- Cobro por contenidos
- Intermediación
- Publicidad

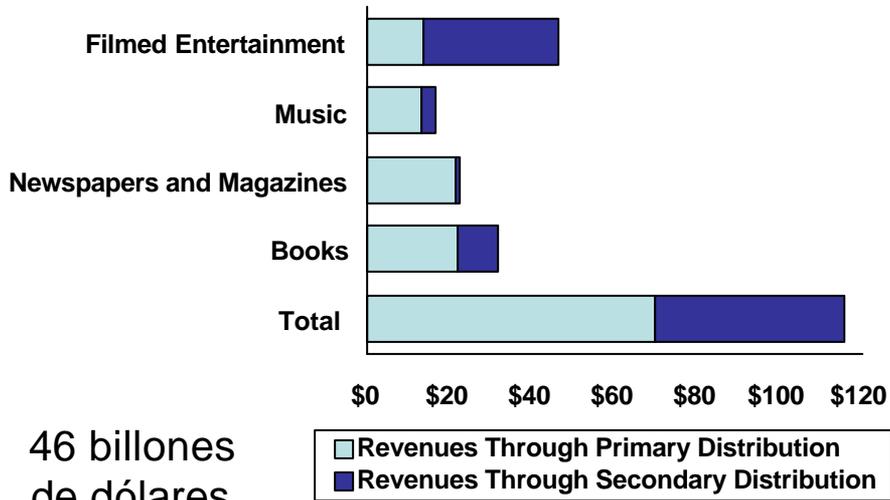
Ingresos en el mercado contenidos año 2004



Venta de contenidos

- Productor de contenidos
- Adaptación de contenidos:
- Individualizados y con marca blanca
- Bajo marca y distribuidos por sindicación

Acceso al almacén: El mercado secundario



Source: Jupiter Internet Archives Model, (2/01) (US only)

Cobro por contenidos

- Valor añadido
- Producto Diferenciado
- Acceso a servicios exclusivos: Almacén de noticias, documentación, consultoría, soporte.
- Basado más en la fuerza de la marca que en la cantidad de la información.

Las publicaciones de Noticias.com



Angel-Cortes@noticiasdot.com
www.noticiasdot.com