

Escuchar, medir y construir comunidades: herramientas para el desarrollo de audiencias

De qué se trata el taller

Antes los cambios en el consumo de las noticias, la amplia oferta de contenidos en un mercado saturado y la diversidad de canales por los que se accede a la información, los medios de comunicación se han visto obligados a dedicar tiempo en observar, escuchar y conocer a sus audiencias para poder sostener sus modelos de negocios.

A través de los cuatro módulos reflexionaremos sobre la importancia de conocer a las audiencias con foco en producto y trataremos aspectos centrales que nos ayudarán a pensar en la elaboración de un plan de audiencia con métricas que aporten valor para la adquisición, retención y fidelización de las audiencias.

Docente

María Noel es periodista, consultora y mentora digital, especializada en desarrollo de audiencias y gestión de contenido y producto. Apasionada por la comprensión de las audiencias a través del análisis de datos, en Clarín colabora con los equipos editoriales, suscripciones y datos para lograr un producto con foco en la adquisición, retención y fidelización de las audiencias. Asimismo, forma a los diferentes equipos en el uso herramientas y métricas.

Antes de unirse al equipo de Clarín, trabajó en Infobae como Jefa de audiencias y en Sembramedia como Consultora digital.

Qué veremos durante la cursada

Encuentro 1 ¿Cómo son las audiencias?

No solo tenemos diversidad de canales, también existen distintos tipos de lectores y/o audiencias. Hoy es clave comprender los cambios en el consumo de noticias. Para elaborar un plan de audiencia y desarrollar productos es necesario comprender las características y las necesidades de la audiencia a través de procesos de recopilación cualitativa y cuantitativa para empezar a idear soluciones.

Encuentro 2: ¿Cómo planificar y elaborar una estrategia de audiencia?

Para alcanzar a las audiencias hay que tener un plan de producción y distribución de contenido que van a permitir accionar diferentes estrategias. Los flujos de trabajo tienden a ajustarse cuando se trabaja con el foco en las necesidades de la audiencia. Recorrido por el embudo de audiencias: estrategias de adquisición, retención y fidelización del lector. Primeros pasos para la construcción de comunidad

Encuentro 3: Medición y evaluación

Dentro de un plan de audiencia es clave identificar y seleccionar métricas relevantes para identificar progresos y resultados. Elaboración de un plan de medición vinculado al modelo de negocio. ¿Cómo sabe si está logrando su misión? Medición de impactos

Encuentro 4 Elaboración de una estrategia de audiencia vinculado a un plan de producto. Roles, procesos y estrategias de distribución para alcanzar y comprometer a las audiencias.

Módulo 1: Introducción a las Audiencias

Claves y cambios sobre el consumo de noticias

¿Qué tipo de audiencia estoy construyendo?

Características de las audiencias

→ El proceso

Recopilación de información básica sobre mi audiencia actual.

→ Metodología

Puntos claves para la creación de un plan de audiencia

Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa

Claves para conocer a mi audiencia

Técnica de investigación

Definición del buyer persona

Módulo 2: Estrategia de contenido

Aspectos para pensar una estrategia de contenidos

Gestión de contenido: entender la demanda y ofrecer soluciones, plan de contenidos

Cambios en el proceso de gestión de contenido

Modelo original de necesidades del usuario de la BBC/

Circulación y distribución del contenido

Construcción de comunidad

Primeros pasos

Acciones

Caja de herramientas:

Modulo 3 ¿Cómo alcanzaré/atraeré a mi audiencia?

→ El proceso

Optimice su contenido (y maximice sus esfuerzos) para alcanzar/comprometer audiencias en todas las plataformas.

Proceso de distribución

Elaboración de contenido/plan de producto

Módulo 4: Medición y Evaluación

Indicadores clave de desempeño (KPIs)

Característica de una buena métrica

Métricas principales: de alcance y compromiso

Embudo de audiencia

El proceso

Métricas vinculadas al modelo de negocio
Elija los KPI que importan, reúna los datos correctos
Reportes
Elabore un plan de medición