

piano



**MEDIAHUIS**

## El sprint que hizo Mediahuis en 12 meses para impulsar su ROI publicitario

Cómo el equipo junto con las herramientas adecuadas, entre ellas Piano, ayudaron al diario a revisar su estrategia publicitaria a través de un enfoque centrado en los datos more revenue.



La empresa líder de medios europea Mediahuis, quién está detrás de más de 40 de los sitios web de noticias, anuncios clasificados y carreras profesionales más grandes de Bélgica y los Países Bajos, quería crear una experiencia publicitaria que pudiera igualar el nivel de granularidad de Facebook y Google y, al mismo tiempo, ofrecer un nivel de servicio y flexibilidad que el gigante nunca pudo.

Partían de algunas ventajas. Para empezar, en un área con 6,4 millones de habitantes, 4,4 millones de ellos, casi el 70%, son lectores registrados de Mediahuis. Esta gran audiencia local registra 320 millones de páginas vistas por mes en los sitios web, un entorno seguro para la marca en la que confían lectores y anunciantes por igual. Pero Mediahuis carecía de la alfabetización de datos y la tecnología de plataforma indispensable para integrar los datos aislados de cada publicación.

Se pusieron en contacto con Piano para que les ayudara a cerrar esa brecha.

“Nuestra estrategia digital está centrada en el lector, con un enfoque en la venta de suscripciones”, dice el director de estrategia de Mediahuis, Geert Desager. “Eso no significa que no haya publicidad, significa que la publicidad debe ser más personalizada, más relevante. Ahí es donde entra Piano y su enfoque en los datos”.



## Poner los datos a trabajar

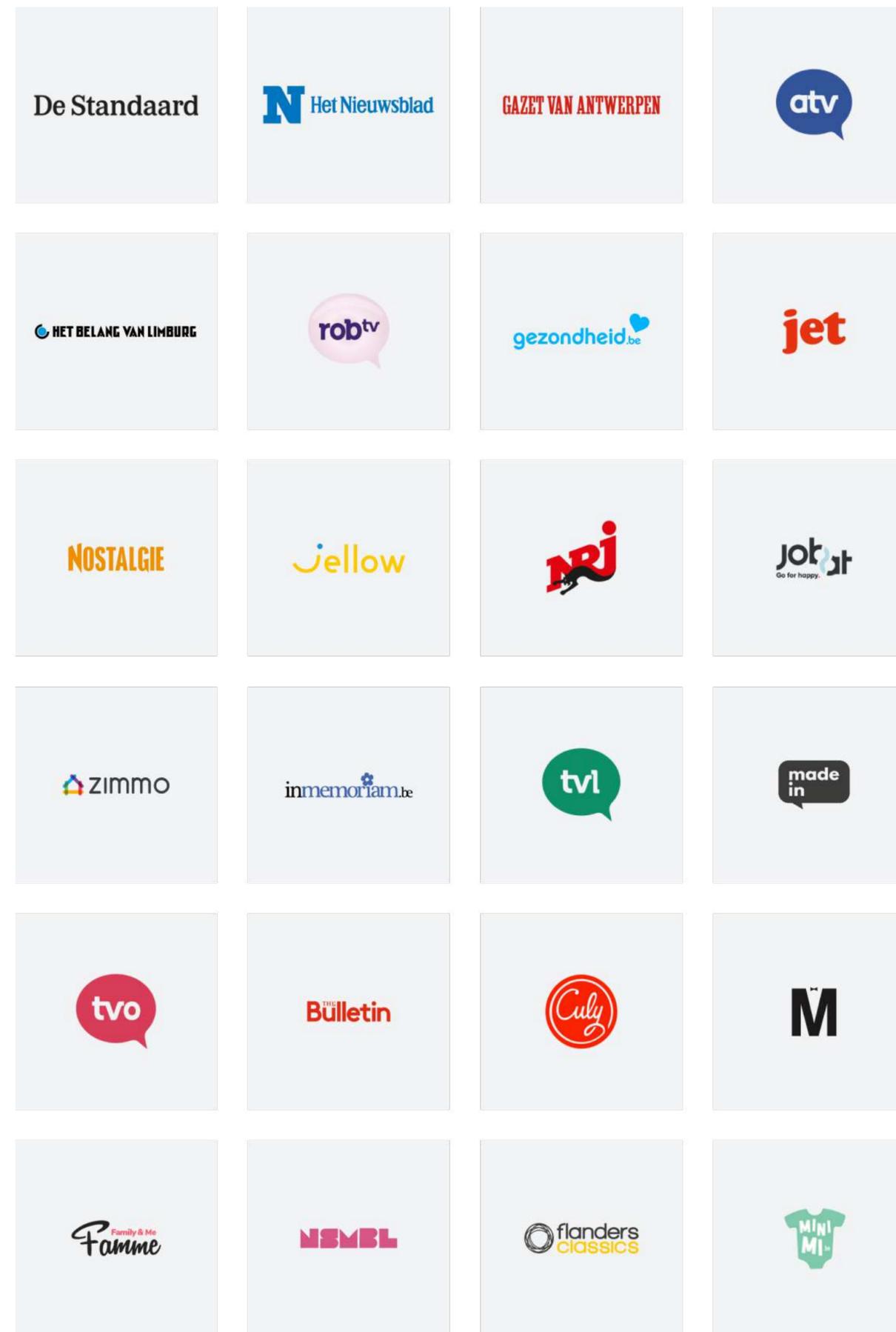
Como la mayoría de los editores, cada mes, Mediahuis tenía grandes cantidades de datos seleccionados de las millones de interacciones de los lectores en sus sitios. Para crear una audiencia unificada y segmentable, primero tendrían que integrar todos los datos en una sola plataforma. También necesitaban de la inteligencia artificial y “machine learning” para organizar, enriquecer y analizar esos datos de manera eficiente. Solo así podrían lograr los resultados que querían sus clientes publicitarios.

Incluso con un gran equipo interno, un editor podría crear una plataforma de datos unificada en 18 meses. Pero Mediahuis quería que todo esto estuviese funcionando en un año. El DMP de Piano le ofreció a Mediahuis no solo el rápido inicio que quería, sino también la flexibilidad que necesitaba para crear excelentes campañas que atraerían a los anunciantes y aumentarían los ingresos.

### Creación de segmentos de nicho

Con el DMP de Piano implementado, Mediahuis reclutó a Desager para trazar la dirección hacia mayores ingresos y encargó a un equipo de científicos de datos que diseñara el recorrido. Juntos, encontraron el camino para generar una lista de nuevos productos publicitarios y servicios personalizados que realmente podrían diferenciarlos de sus competidores globales y locales.

Esos científicos de datos comenzaron a usar Piano para analizar toda la first-party data de Mediahuis, con el fin de crear una serie de segmentos específicos por categorías y totalmente personalizados. El DMP permitió a Mediahuis dirigirse a los lectores en función de aquellos criterios que antes no estaban disponibles, como la sociodemografía, los objetivos y el interés. Pero los anunciantes pronto quisieron algo más.



“Ya no es suficiente con tener un segmento de hombres y mujeres en ciertos grupos de edad”, dice Desager. “Las marcas quieren que sea más específico, quieren algo más específico”.

### Llevar la responsabilidad al contenido de marca

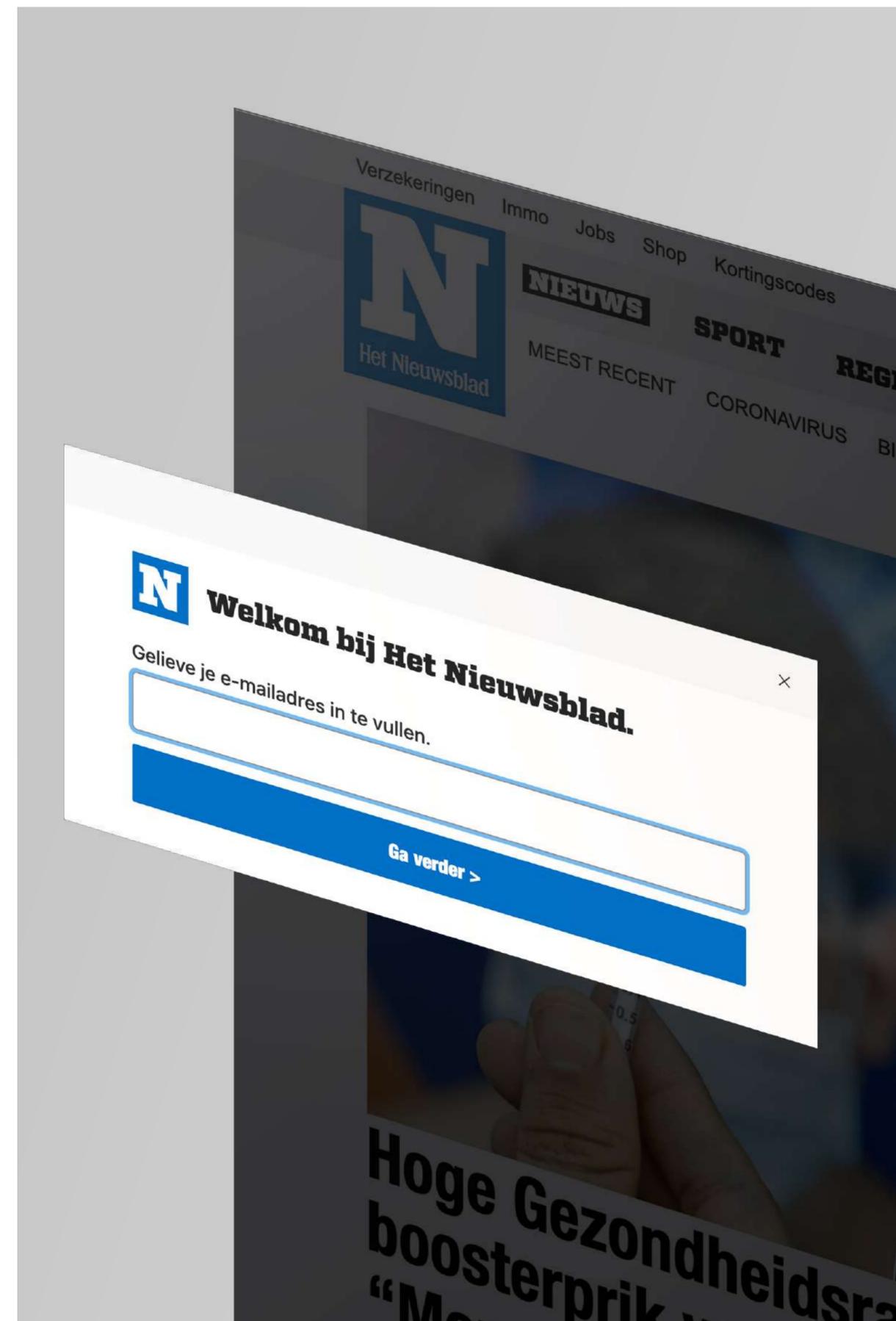
Un buen ejemplo fue cuando una de las compañías de seguros más grandes de Bélgica, acudió a Mediahuis para llevar a cabo una campaña de publicidad nativa que debía generar buenas conversiones. Pero, el contenido de marca en sí, es una famosa táctica de embudo que tradicionalmente no genera conversiones. Para cumplir con los objetivos comerciales del cliente, el equipo tuvo que ser creativo.

Para empezar, Mediahuis creó un píxel en el sitio de su cliente y luego analizó quién respondía a los anuncios publicitarios que conducían al contenido de su marca.

Una vez que esos datos se cruzaron con sus propios datos, Mediahuis pudo identificar a los lectores interesados en el seguro de automóvil de la empresa.

“Usando Piano, pudimos vincular nuestros datos con los de nuestros anunciantes y decir: 'Estos son los lectores a los que debemos dirigirnos, y esto es lo que leen, lo que significa que este es el contenido de marca en el que podrían estar interesados'”. Dice Desager.

Luego, Mediahuis usó esa combinación de datos para volver a guiar a los espectadores de anuncios nativos, mostrándoles mensajes más relevantes unidos al contenido que probablemente los clientes estaban dispuestos a consumir. Como resultado, las tasas de conversión se dispararon. Prácticamente la cuarta parte de las personas que leyeron el contenido nativo se dirigieron al sitio de la compañía de seguros, lo que resultó en un aumento del tráfico del 16% durante la duración de la campaña. Una vez en el sitio, alrededor del 60% de los lectores se convirtieron.



La nueva oferta de productos y campañas publicitarias de Mediahuis impulsadas por Piano ya representa el 27% de sus ventas publicitarias. Estas campañas dirigidas suponen tasas de clics que son un 26% más altas en promedio que las campañas no dirigidas. Además, la API de Piano hizo que la implementación de esta oferta de coincidencia de audiencia fuera sencilla y sin complicaciones. “Sin Piano, habríamos tenido que importar manualmente todos los datos”, dice Desager. “Pero Piano lo facilitó porque sus llamadas API cargan todo automáticamente, lo que significa que siempre trabajamos con los datos más recientes”.

#### **De confianza y efectiva**

La inversión de Mediahuis en data ha dado grandes dividendos. “Nuestros anunciantes siempre han apreciado la estrecha relación que tenemos con nuestros lectores”, dice Desager. “Con la ayuda de Piano, hemos desarrollado capacidades de orientación e informes que rivalizan con Google y Facebook. Es un sistema tan avanzado que los anunciantes se sorprenden de que solo hayamos tardado un año en construirlo”.

Los anunciantes también confían más en Mediahuis que en las plataformas globales porque el editor gestiona sus datos de manera más transparente y ética. “No utilizamos los datos de nuestros anunciantes para nuestro propio beneficio o el de un tercero”, dice Desager. “Esa es una diferencia crucial. Cuando usted coloca, por ejemplo, un píxel de Facebook en su sitio, Facebook usa esos datos no sólo para usted sino también para sus propios objetivos. Con Piano, podemos asegurar a nuestros clientes que sus datos se utilizan sólo para sus campañas. No lo reutilizamos para nadie más. Eso genera mucha confianza”.

CTR del **25%** en  
publicidad nativa  
redireccionada

El **60%** de los lectores de  
publicidad nativos convirtieron en  
el sitio del anunciante

CTR **26%** más alto que campañas  
no dirigidas comparables

**Mediahuis descubre su 'verdadero valor'**

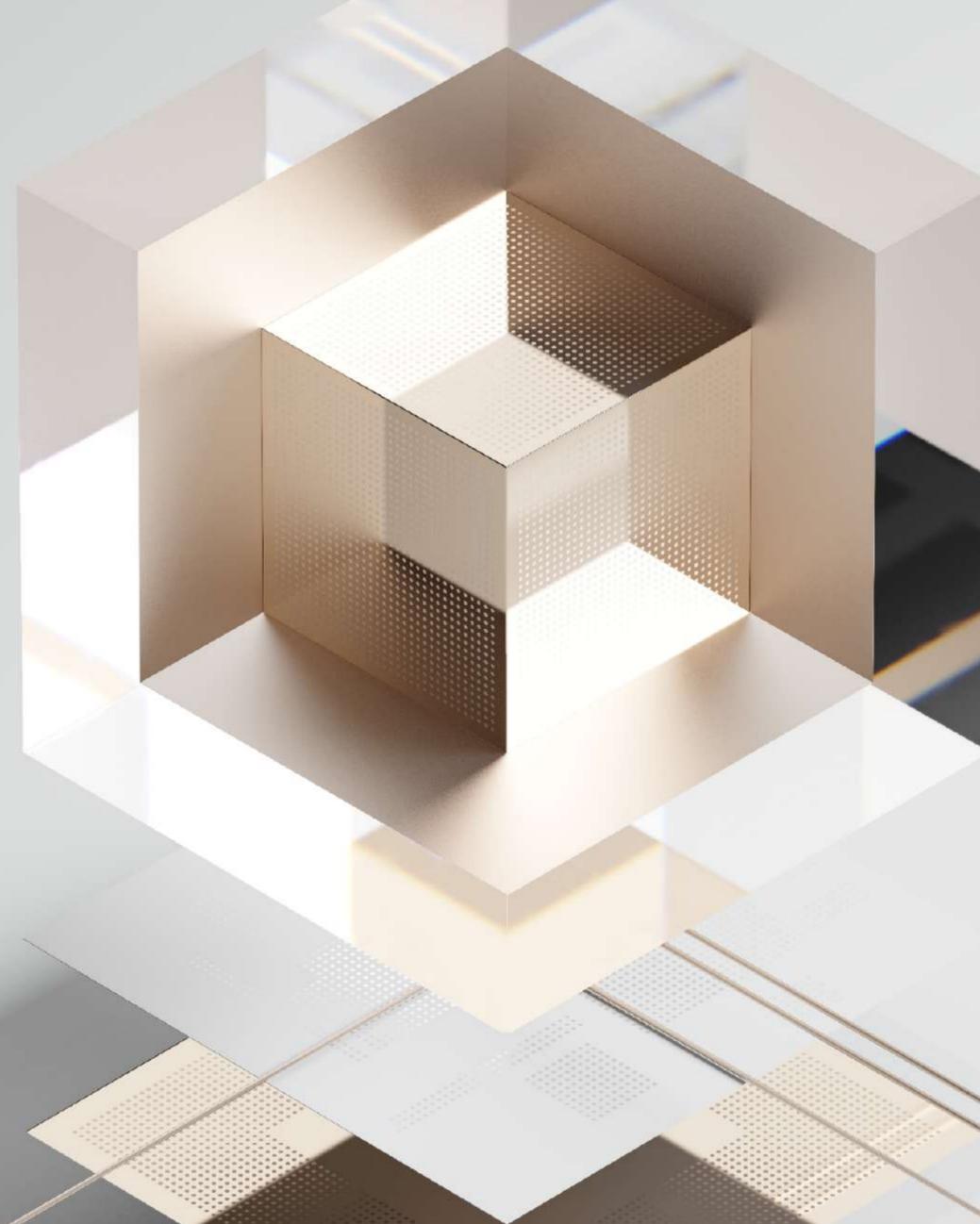
Mediahuis ahora ejecuta múltiples campañas de audiencia personalizada simultáneamente, todos los días, en su red de sitios. “Actualmente tenemos más de 30 píxeles en vivo ejecutándose en nuestros sitios para varias campañas de marca. Va muy bien, hay una gran demanda”, dice Desager.

Además, al usar Piano para crear segmentos de audiencia cualificados, el editor ha descubierto su especialidad como vendedor de anuncios en la mitad del funnel. “Piano nos ha ayudado a comprender mejor nuestro verdadero valor para los anunciantes y crear productos publicitarios que satisfacen necesidades comerciales específicas”, dice Desager. “Gracias a Piano tenemos la flexibilidad que necesitamos para crear excelentes campañas que generen ingresos para nuestros anunciantes y para nosotros mismos”.

En el futuro, Mediahuis planea usar Piano para moverse hacia abajo en el funnel mediante la creación de productos de rendimiento que compitan con las plataformas gigantes e impulsen su propio negocio de comercio electrónico.

“El enfoque en los resultados a corto plazo sigue siendo muy relevante e increíblemente importante para los anunciantes”, dice Desager. “No será fácil, pero con Piano como socio, estamos seguros de que lo lograremos”.





## ABOUT PIANO

Piano helps organizations understand and influence customer behavior by putting the power of insights and logic into the hands of their employees. The Piano Analytics and Activation Platform measures thousands of customer data points and acquires first-party data to more deeply engage users and then serve relevant content and experiences based on their unique behaviors and profiles. Using this powerful end-to-end platform, Piano's clients have achieved more scale, engagement and revenue by expanding the lifecycle and value of every digital interaction.

Learn more by reaching out  
to [hello@piano.io](mailto:hello@piano.io)