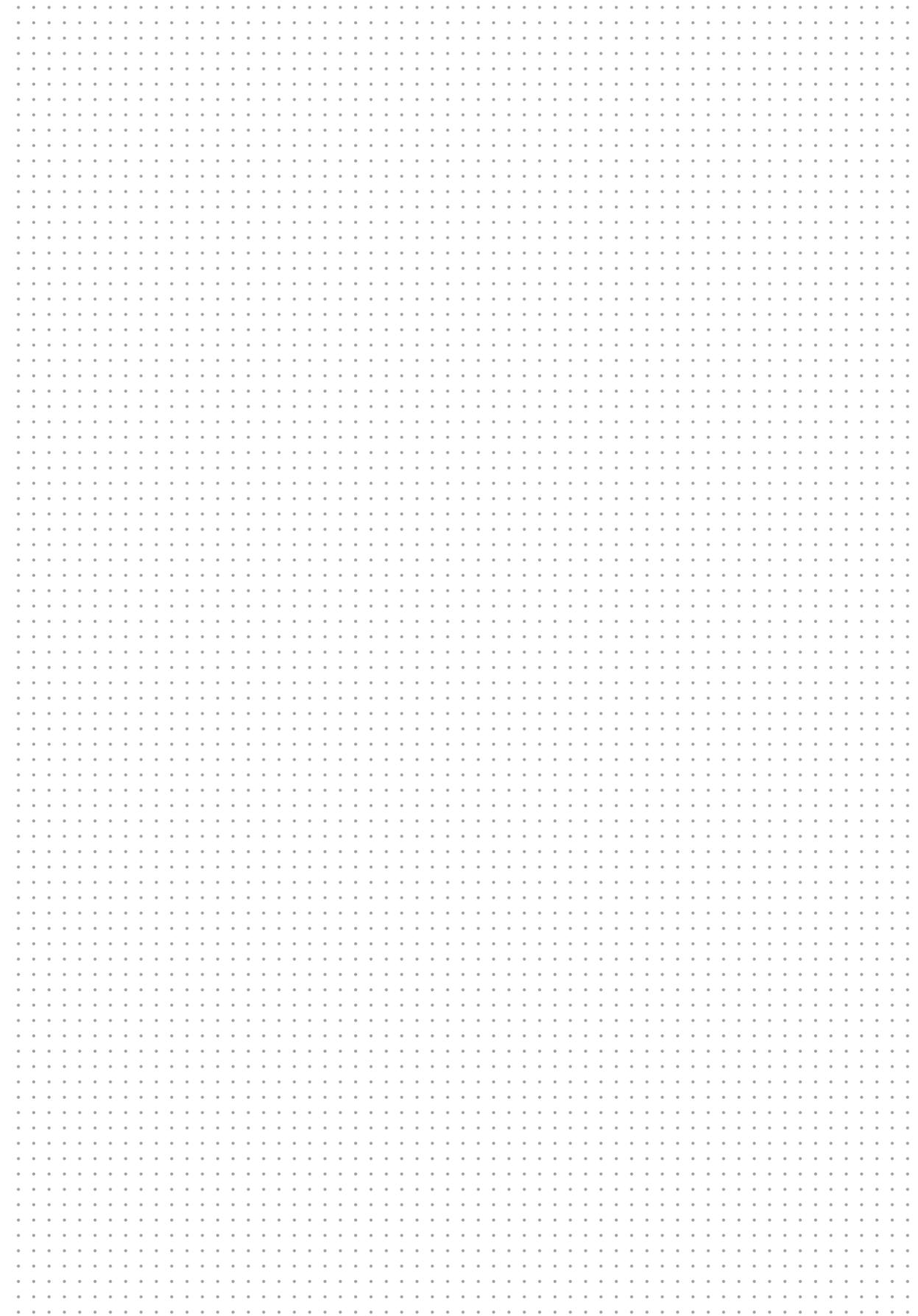


piano | **El Confidencial**

Cómo El Confidencial aumentó las conversiones en un 60% gracias al uso del A/B test de Piano.



Introducción

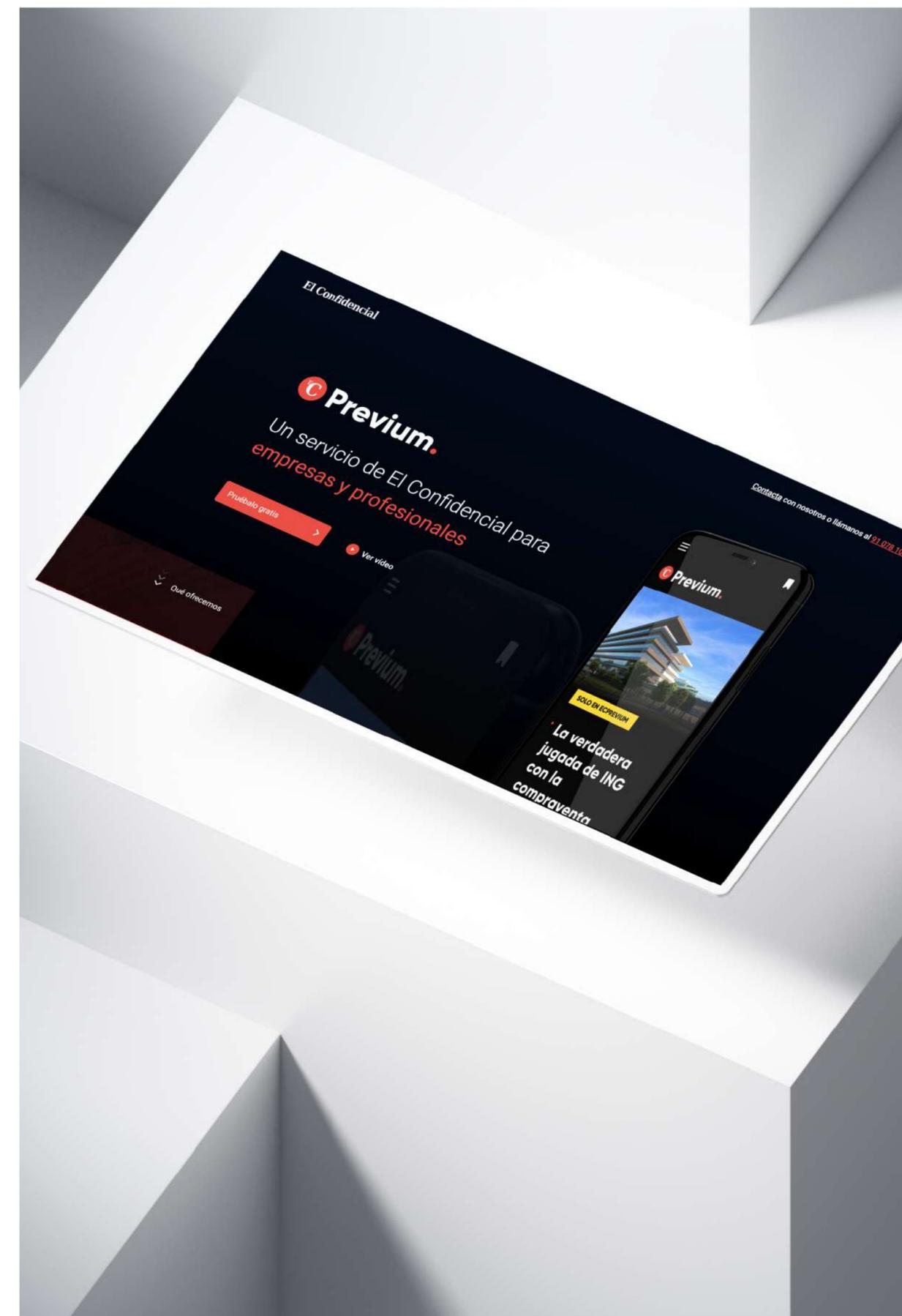
Desafíos

La Solución

Resultados

Fundado en 2001, El Confidencial es una de las publicaciones digitales líderes en España especializada en noticias económicas, financieras y políticas. Orientado a un público profesional de mediana edad (principalmente ejecutivos bancarios y empresariales) y financiado principalmente a través de publicidad, eventos y contenido de marca.

El Confidencial lanzó su modelo de suscripción paga en 2020 y ha experimentado un crecimiento considerable en la suscripción a lo largo de 2021. Actualmente tiene 50 millones de visitantes al mes y más de 33 mil suscriptores, lo que representa un aumento del 60 % desde su lanzamiento. Su modelo de suscripción es un híbrido de freemium y paywall dinámico.



Introducción

Desafíos

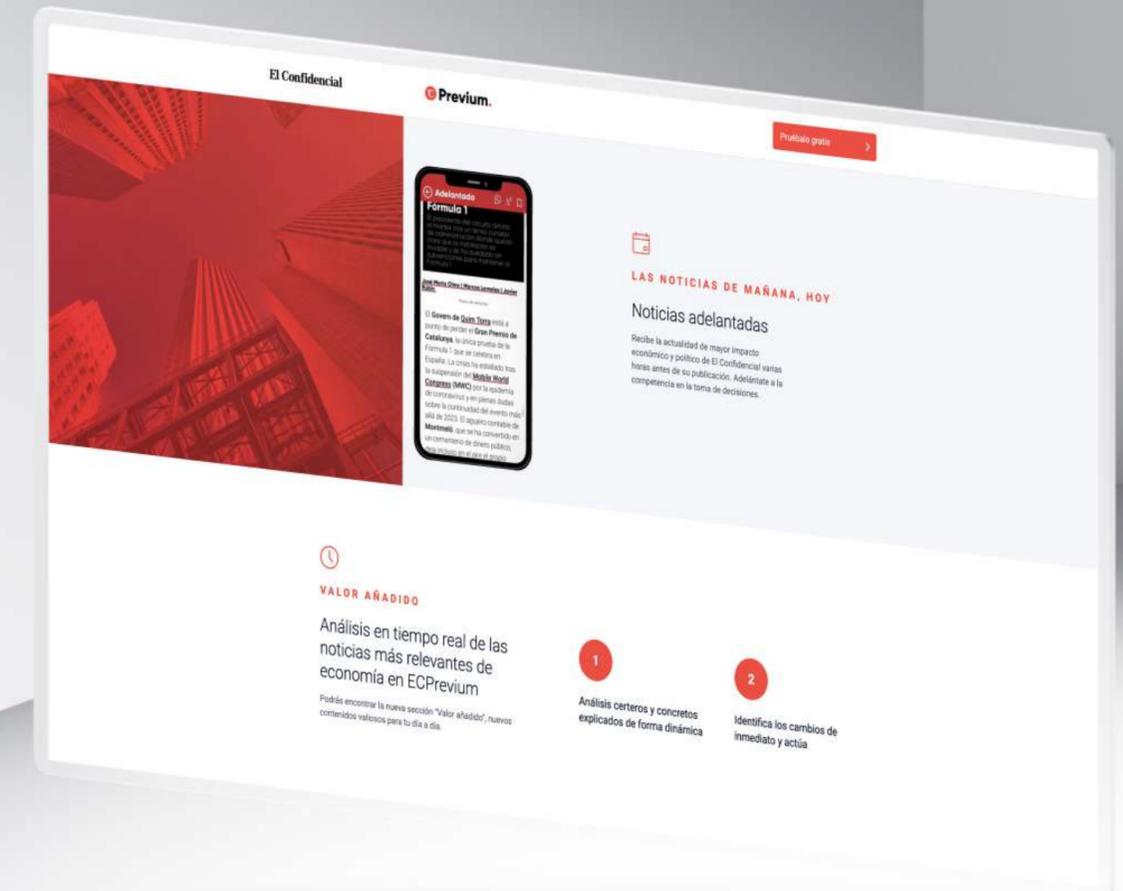
La Solución

Resultados

El Confidencial, uno de los primeros en adoptar las suscripciones, se compromete a iterar y mejorar continuamente sus productos de pago para encontrar las mejores soluciones para sus usuarios.

Para desarrollar su base de suscriptores, querían aprender más sobre cómo el ajuste de algunas facetas del programa afectaría el éxito. Ellos se enfocaron en:

- comprender en profundidad cómo reaccionaban los lectores al contenido premium frente al freemium y el efecto que tenía el bloqueo del contenido pago en la tasa de clics (CTR).
- fomentar los clics y la participación de los usuarios desde la página de inicio hasta su eShop, además de impulsar las conversiones a través de campañas especiales.
- probar diferentes estrategias de precios para encontrar la mejor manera de animar a los usuarios a suscribirse.



Introducción

Desafíos

La Solución

Resultados

El Responsable de Productos de Suscripción, José Antonio Navas Moreno, ha adoptado un enfoque de prueba integral para ayudar a EC a aumentar su base de suscriptores. Al definir la estrategia para el crecimiento de los ingresos de los usuarios, trabaja con equipos de toda la organización para darle vida a la estrategia.

Utilizando Composer de Piano, EC puede crear fácilmente pruebas multivariadas para refinar y optimizar cada parte de su programa de suscripción. Impulsadas por datos de la vida real e informadas por el modelo de propensión LtS (Probabilidad de suscripción) patentado de Piano, las pruebas multivariadas o divididas pueden generar hallazgos en tan solo dos semanas.

SOLUCIÓN 1

Adoptar un enfoque integral de pruebas divididas

SOLUCIÓN 2

Usar el LtS de Piano para generar una puntuación del potencial de suscripción

Introducción

Desafíos

La Solución

Resultados

Poder probar de forma rápida y sencilla diferentes aspectos de sus ofertas ayuda a EC a tomar decisiones respaldadas por datos para asegurarse de que están utilizando las mejores tácticas para atraer a sus lectores.

1. Identificación de artículo premium en la página de inicio

EC probó seis formas diferentes de etiquetar artículos como artículos premium simultáneamente. Exploraron diferentes iconos y opciones de redacción, como un icono de candado cerrado frente a un icono de candado abierto y "Para suscriptores" frente a "Contenido exclusivo".

El uso de las palabras "Exclusivo de EC", sin un icono funcionó mejor (+7 % en las seis opciones) y lo implementaron en su sitio.

2. Optimización de las "call to action"

Buscando la CTA de suscripción más convincente en la barra de menú, EC probó diferentes colores de botones y texto para campañas específicas como Black Friday y Christmas. Esto implicó mostrar incentivos para hacer clic, como "Último día para la oferta de suscripción".

La variante ganadora fue un botón rojo que se utilizó al final del Black Friday y otras campañas y experimentó un aumento del 75 % en el CTR, lo que llevó a su mejor mes para las conversiones.

3. Ajuste de precios: probar diferentes niveles de precios

Para asegurarse de que tuvieran un precio óptimo, EC realizó split tests en los clics a su tienda; a la mitad de los visitantes se les mostró el precio estándar ya la otra mitad un precio con un descuento del 30%.

Las pruebas mostraron que el precio con descuento generó más ingresos (+26 %), pero no tanto como esperaban. Pero, la ventaja inesperada fue que las conversiones de precio con descuento en realidad generaron más ingresos generales porque la oferta con descuento no incluía un período de prueba gratuito, lo que previamente había sido incluido.

+7% de aumento en las conversiones gracias al split test sobre el etiquetado del contenido premium

+75% de aumento en los clics encontrado gracias al split test de CTA

+26% de aumento en los ingresos descubierto gracias al split test de precios

Introducción

Desafíos

La Solución

Resultados

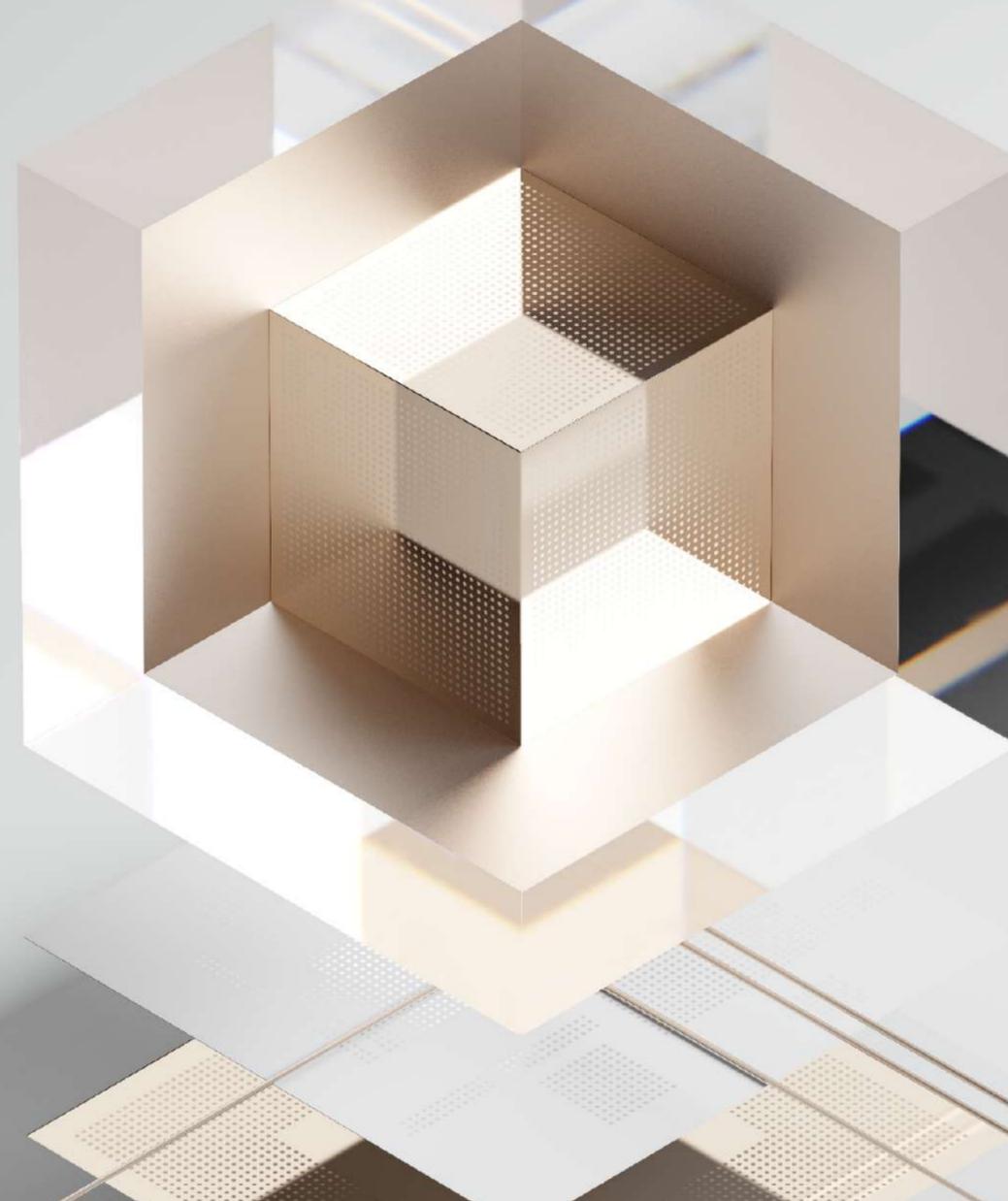
EC se compromete a tomar decisiones basadas en datos. Siendo capaz de implementar pruebas les asegura que están realizando cambios incrementales para respaldar su éxito general. El equipo de EC entiende que adoptar una cultura de pruebas significa que no todas las pruebas resultarán según lo planeado o descubrirán hallazgos insignificantes. Pero muchas lo hacen y optimizar continuamente la experiencia del usuario finalmente vale la pena.

//

Estamos tratando de hacer coincidir las necesidades de los lectores con el contenido que estamos produciendo. El objetivo es conectar a nuestros periodistas con los datos de Piano e involucrarlos directamente en el proceso de suscripción y distribución de artículos.”

José Antonio Navas Moreno

Responsable de Productos de Suscripción, El Confidencial



ACERCA DE PIANO

Piano ayuda a las organizaciones a comprender e influir en el comportamiento del cliente. Al unificar los datos de los clientes, analizar las métricas de comportamiento y crear recorridos de clientes personalizados, Piano ayuda a las marcas a lanzar campañas y productos más rápido, fortalecer el compromiso del cliente e impulsar la personalización a escala desde una única plataforma. Con sede en Filadelfia y oficinas en América, Europa y Asia Pacífico, Piano atiende a una base de clientes global, incluidos Air France, BBC, CBS, IBM, Kirin Holdings, Jaguar Land Rover, Nielsen, The Wall Street Journal y más. Piano ha sido reconocida como una de las empresas tecnológicas más innovadoras y de más rápido crecimiento del mundo por World Economic Forum, Inc., Deloitte, American City Business Journals y más.

Solicite una **demo** para obtener más información sobre cómo puede transformar la comprensión de su audiencia con los datos procesables de Piano.