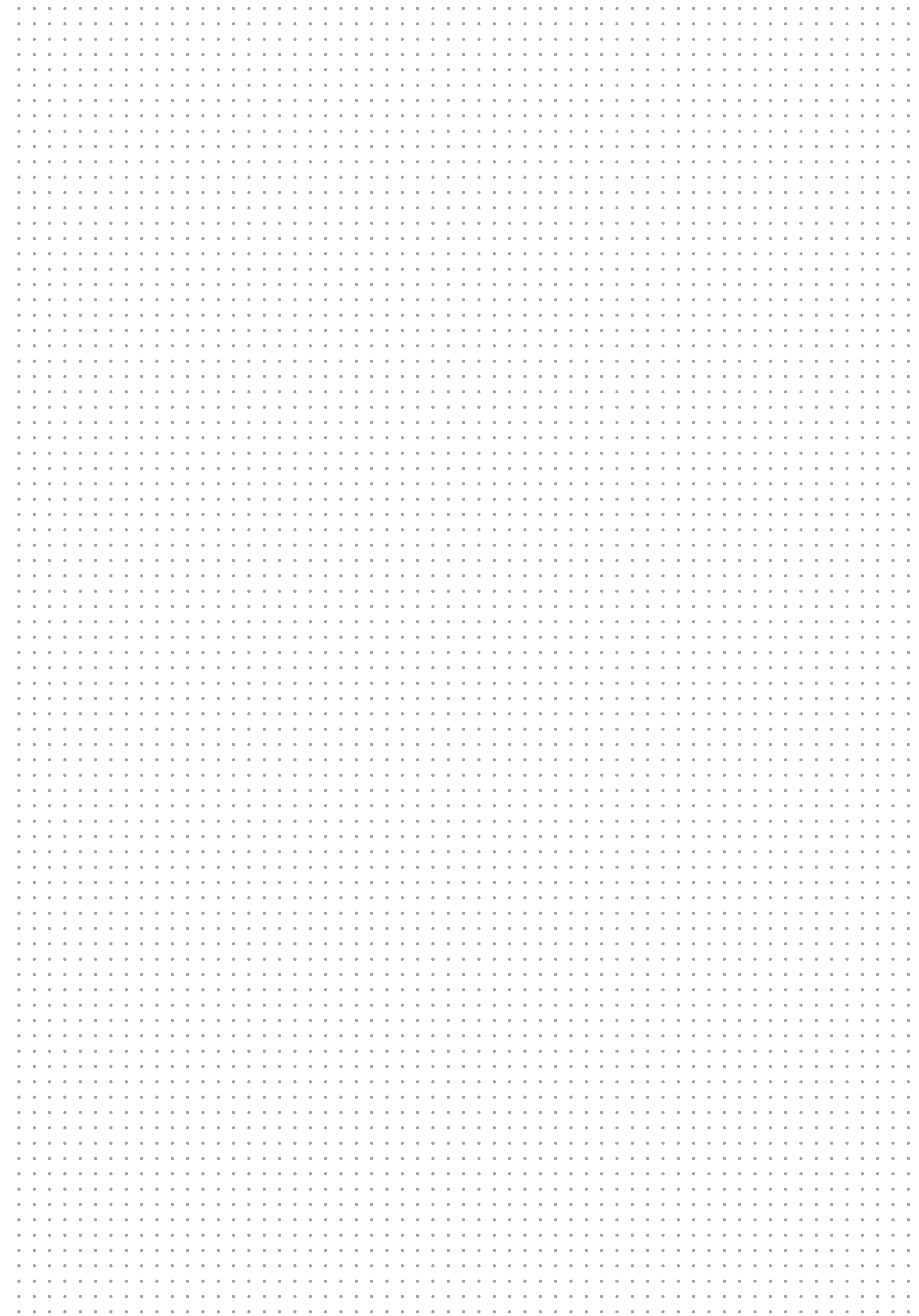




Cómo El Mundo optimizó su
paywall dinámico a través de una
segmentación avanzada



Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

Publicado por primera vez en 1989, El Mundo es el segundo diario impreso más importante de España. Dirige una serie de publicaciones entre las que destacan Marca, diario deportivo de cobertura nacional, y Expansión, publicación económica y empresarial. Como primer medio de comunicación nacional español en implementar con éxito un muro de pago en 2019, ahora está migrando el muro de pago a su sitio web Expansión..



Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

Como la primera publicación de medios española en lanzar una suscripción paga, El Mundo se enfrentaba a un mercado donde el contenido pago y las suscripciones aún eran incipientes. La mayoría de las publicaciones españolas seguían operando con un modelo financiado con publicidad y los lectores no estaban dispuestos a pagar por el contenido online. Además, tienen una gran cantidad de lectores en otros países de habla hispana en América Central y del Sur, por lo que era importante que también entendieran a estos usuarios.

El Mundo necesitaba una solución que les ayudará a entender a su audiencia y segmentar a los lectores en diferentes grupos. Esto les permitiría probar opciones de precios, así como diferentes paquetes y experiencias de usuario hasta encontrar la combinación ideal.



Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

El Mundo trabajó con Piano en la segmentación de su audiencia y el desarrollo de un muro de pago dinámico. Esto les dio la flexibilidad para dirigirse a diferentes grupos de lectores con estrategias personalizadas.

1. Testear diferentes paquetes de suscripción

En un mercado donde las suscripciones aún están ganando terreno, El Mundo necesitaba comprender el precio ideal y el paquete de suscripción que los lectores estaban dispuestos a pagar. Esto significó explorar diferentes enfoques para convencer a los lectores nuevos y existentes de pagar por el contenido al que antes podían acceder de forma gratuita.

Para empezar, probaron diferentes estrategias de precios al ofrecer a los lectores un pase de suscripción de 24 horas junto a los planes mensuales y anuales. El objetivo era persuadir a los lectores con una oferta gratuita antes de convencerlos de que pagaran por ofertas más largas. Desafortunadamente, esto no funcionó, por lo que se mantuvieron enfocados en persuadir a los lectores para que optarán por los planes mensuales y anuales.

El Mundo luego comenzó a probar diferentes tipos de planes de pago, desde pases diarios hasta mensuales y anuales. Usando un modelo “freemium” donde la sala de redacción elige qué contenido debe estar detrás del muro de pago, el sitio ha establecido dos planes de suscripción: mensual y anual. Sin embargo, dado que su objetivo principal es aumentar las suscripciones, también implementan ofertas señuelo para atraer a los lectores a un plan de dos años, lo que hace que las ofertas mensuales y anuales parezcan más atractivas. Para impulsar aún más las suscripciones, también realizan ofertas agresivas destinadas a aumentar la cartera de suscriptores anuales.

Testear diferentes paquetes
de suscripción

Involucrar a los lectores
latinoamericanos

Optimización de precios y ofertas de
suscripción a través de la
segmentación

Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

2. Involucrar a los lectores latinoamericanos

Con una audiencia diversa que abarca diferentes regiones de habla hispana y entornos económicos, era vital para El Mundo adaptar su enfoque de monetización.

Comenzaron dirigiéndose a lectores que ya habían proporcionado información personal al iniciar sesión en el sitio. Luego crearon ofertas escaladas dirigidas a lectores latinoamericanos.



Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

3. Optimización de precios y ofertas de suscripción a través de la segmentación

Una vez que tuvieron conciencia de su base de lectores, El Mundo necesitaba encontrar el enfoque óptimo para sus ofertas de suscripción y precios.

Segmentacion avanzada

Al usar las capacidades de segmentación de Piano, pudieron comprender mejor las preferencias de sus lectores en todas las regiones y optimizar su estrategia de precios en consecuencia. Se utilizó **Likelihood to Subscribe** (LtS), el modelo de propensión de probabilidad de suscripción de Piano, para dividir audiencias en segmentos, lo que les permitió probar precios, experiencias y paquetes hasta encontrar la combinación adecuada.

Atraer lectores de diferentes secciones dentro del sitio

Además del paywall estándar, El Mundo aplicó su experiencia dinámica LtS en otras partes de su sitio para atraer suscriptores. Según el perfil de un lector, han podido dirigirse a clientes potenciales desde sus páginas de inicio y premium con ofertas específicas que se muestran en el pie de página.

Pruebas A/B disponibles para todos los equipos

A pesar de contar con un equipo de UX y otras herramientas para probar áreas de su sitio web, fue una gran ventaja para el equipo de gestión comercial y de productos poder realizar pruebas A/B independientes en función de sus necesidades específicas. Esto les dio la autonomía para lanzar experiencias en minutos y tomar decisiones informadas y transformar sus ideas en acciones directas sin la necesidad de ayuda del equipo de ventas y otros equipos.



Introduccion

Desafios

La Solucion

Resultados

Una vez que se implementaron las tecnologías de Piano, todos los equipos involucrados en la optimización de la oferta de suscripción pudieron aprovechar sus datos relevantes y administrar la plataforma con facilidad.

Introducción de un plan de fidelización

Para mostrar a sus usuarios leales las ventajas adicionales al suscribirse a El Mundo, están introduciendo campañas para retener a los usuarios y evitar la deserción. Ya tienen experiencias para los usuarios que abandonan, pero ahora se centrarán más en incorporar y demostrar el valor de la oferta. Esto estará dirigido específicamente a los usuarios que compran la prueba mensual a €1 pero tienen la tasa de abandono más alta.

Personalización de la experiencia del usuario

Para adaptar aún más su oferta, El Mundo tiene la intención de aprovechar las recomendaciones de contenido para mejorar la experiencia general del suscriptor. Hasta ahora, han trabajado mucho en la adquisición de nuevos suscriptores y ahora pretenden centrarse en una amplia gama de diferentes usuarios y recorridos. El algoritmo LtS inteligente de Piano no solo les permite realizar análisis y focalización más avanzados, sino también optimizar sus recursos internos.



Introduccion

Desafios

La Solucion

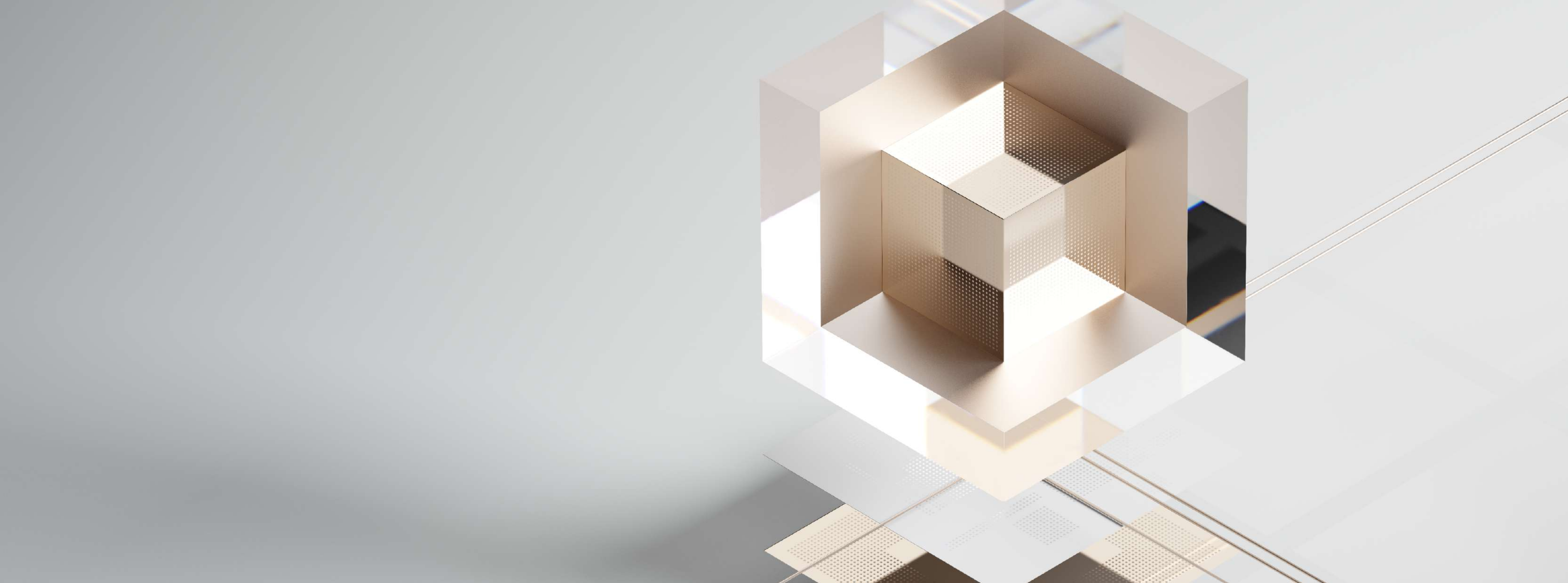
Resultados

Al trabajar con Piano, El Mundo ha implementado un paywall dinámico de gran éxito y ha aumentado considerablemente su base de suscripción de lectores internacionales. La publicación ha superado las 90.000 suscripciones. Sus suscriptores prefieren los plazos anuales, con más del 70"%" comprometándose con una suscripción anual, frente a otras opciones de plazos más cortos.

El éxito se ha visto reforzado por el poder de la oferta de Piano, así como por los servicios estratégicos expertos disponibles. Al proporcionar un consultor dedicado que ya tenía una amplia experiencia en la resolución de los desafíos de los medios de comunicación, Piano pudo brindar asesoramiento y orientación estratégicos continuos, así como el intercambio de **benchmark data** de la gama de clientes de medios de Piano.

Basado en su éxito, El Mundo está aplicando el mismo enfoque a su sitio económico y comercial, Expansión.





ABOUT PIANO

Piano empowers organizations to understand and influence customer behavior. By unifying customer data, analyzing behavior metrics and creating personalized customer journeys, Piano helps brands launch campaigns and products faster, strengthen customer engagement and drive personalization at scale from a single platform. Headquartered in Philadelphia with offices across the Americas, Europe and Asia Pacific, Piano serves a global client base, including Air France, the BBC, CBS, IBM, Kirin Holdings, Jaguar Land Rover, Nielsen, The Wall Street Journal and more. Piano has been recognized as one of the fastest-growing, most innovative technology companies in the world by World Economic Forum, Inc., Deloitte, American City Business Journals and more.

Solicite una **demo** para obtener más información sobre cómo puede transformar su oferta de suscripción de medios con Piano.