

A stack of newspapers is shown in a light, faded style. The top newspaper has the word "NEWS" in large, bold letters. Below it, the sections "Banking & Finance" and "Business & Economy" are visible. A computer mouse is positioned in the foreground, with its cord extending across the newspapers. The overall image is semi-transparent, serving as a background for the text.

Nuevas competencias para un nuevo mundo de medios

Michael P. Smith

Media Management Center/Northwestern University

Las competencias



estratega de plataformas



comercializadora



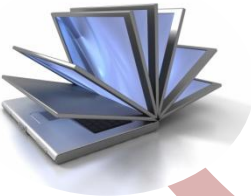
creadora de comunidades



recolectora de datos



empresarial



narradora de historias completa





Competencia #1: Estrategia de plataformas

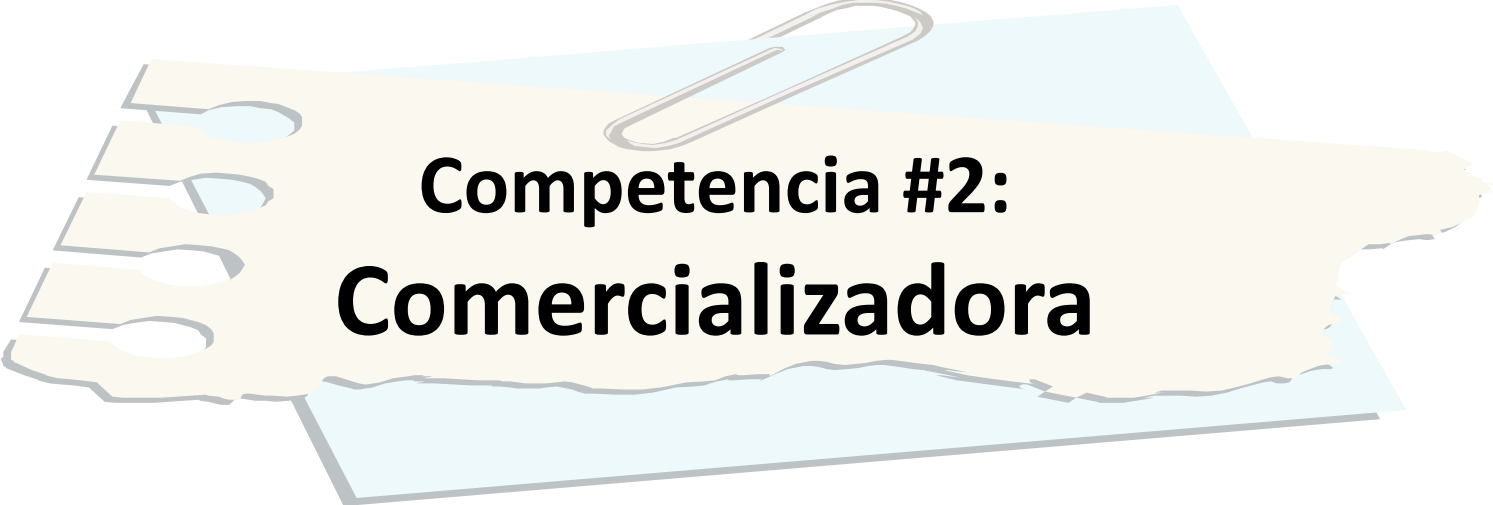
“¿Cómo puedo llevar a los lectores de una
plataforma a la otra?”

-Kenneth A. Bronfin, Presidente, Hearst Interactive Media



La organización estratégica de plataformas...

- 1) Conoce las plataformas, las tecnologías y los actores más importantes
 - Elabora una estrategia para satisfacer las distintas necesidades de cada experiencia frente a la pantalla
- 2) Conoce al consumidor
 - Captura nuevas oportunidades de mercado
- 3) Se conoce a sí misma
 - Comprende sus propias fortalezas y debilidades



Competencia #2: Comercializadora

“*Muchos ejecutivos de medios están tratando de entender cómo mantenerse al día con la tecnología. Para responder esas preguntas, primero se debe hacer estas otras:
¿Cuál es su identidad? ¿Cuál es su marca?*”

– Amy Vickers, directora, Global Enterprise Solutions, Avenue A | Razorfish



La organización comercializadora...

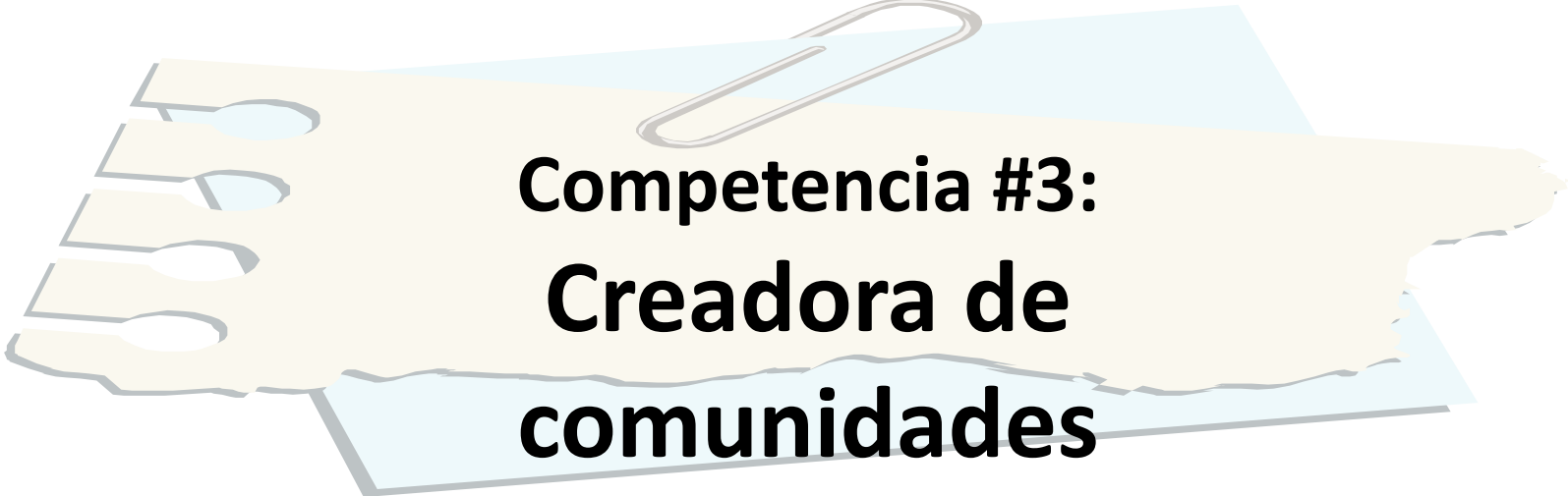


1) Diferencia el contenido

- Define la marca
- Define el contenido

2) Diferencia la opinión

- Promueve perspectivas
- Promueve las perspectivas de los demás



Competencia #3: Creadora de comunidades

“ *¿Cómo puedo agregar comunidades
en torno a intereses y pasiones?* ”

- Ben Elowitz, CEO, Wetpaint.com, Inc.



La organización creadora de comunidades...

1) Fomenta la colaboración

- ¿Cómo se puede involucrar a otros en el acto de reportear y compartir noticias?
- Las organizaciones noticiosas deben mantener juntas a las comunidades y agregar en torno a sus intereses

2) Emplea la microsegmentación

- Es posible enfocarse en segmentos de consumidores con intereses similares

A paperclip is positioned at the top center of a torn, light-colored paper strip. The paper strip is layered over a light blue background. The text is centered on the paper strip.

Competencia #4: Recolectora de datos

“
Tiene que haber personalización. Los directores de organizaciones noticiosas que permitan que el consumidor tenga el mando, sobrevivirán, porque si el consumidor siente que no lo tiene, se puede ir a cualquier otra parte.”

- Susan Hickey, Directora de Mercadeo, Nielsen Online



La organización recolectora de datos...

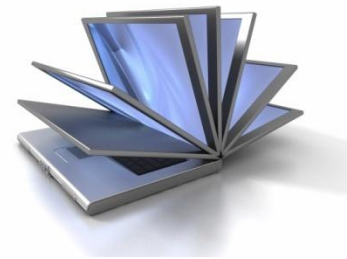
- 1) Emplea la tecnología con eficiencia
 - Almacena y utiliza el contenido
 - Almacena y utiliza datos sobre sus consumidores
- 2) Es experta en la customización
 - Tecnologías “Editor-in-software”
- 3) Genera nuevas fuentes de ingresos
 - Presenta la información en formas interesantes

A paperclip is positioned at the top center of a torn, light blue piece of paper. The paper has a jagged, torn edge on the right side and a hole-punch pattern on the left side. The text is centered on the paper.

Competencia #5: Narradora de historias completa

“ *Lo único que no se puede negar es que vivimos en una sociedad cada vez más visual.* ”

-David Hobby, fotoperiodista, [The Baltimore Sun](#), y autor del blog Strobist



La organización narradora de historias completa...

- 1) Proporciona contexto rico (rich context)
 - Historial contextual en los artículos de noticias
 - Adopta las etiquetas (tags)
- 2) Fomenta la interactividad
 - Las historias deben captar la atención de los lectores e interactuar con ellos
- 3) Visualiza la información y el diseño
 - Comunica las ideas mediante el despliegue visual de la información



Competencia #6: Empresarial



Las organizaciones noticiosas tendrán que descifrar lo que deseará el consumidor final y lo que estará dispuesto a pagar.



- Albert Cheng, vicepresidente ejecutivo, Digital Media, Disney-ABC Television Group



La organización empresarial...

- 1) Crea alianzas
- 2) Experimenta
 - Se mantiene al ritmo de las innovaciones
- 3) Nuevos modelos de ingresos
 - Nuevos modelos se crearán rápidamente

Medir la atención del consumidor



Los anunciantes analizarán [los resultados de investigaciones] enfocándose más en un modelo que mida la calidad y la atención que un modelo que mida la cantidad y el volumen.



-Susan Hickey, Directora de Mercadeo, Nielsen Online

