

TECNAVIA

The future of e-publishing.

Seguire la **Stella Polare** attraverso la **biodiversità**

Il 2022 verso nuove sfide all'insegna della metrica

Ing. Giancarlo Vanoni

Bologna, 22/06/2022

Fake News e la tecnologia, nuove speranze nella devastazione

Finalmente il 2022 ha cambiato il modo in cui i giornali vedono se stessi. Dopo 4 anni di Trump e adesso con la Propaganda Russa si è visto la missione primaria degli Editori.

Quest'anno, dopo tanti anni nel ramo, ho visto i gruppi editoriali che hanno capito, e non solo professato, come il valore non sia unicamente nella carta stampata ma negli articoli, e che per distribuire queste informazioni bisogna usare i mezzi e i formati disparati. Da qui il termine **Biodiversità**.

Dopo 20 anni finalmente si è capito che il business si ottiene miscelando i diversi prodotti, e quindi curando ciascun mezzo di comunicazione scegliendo il meglio che il mercato possa offrire. Non basta un prodotto che faccia il lavoro, serve il meglio del meglio se si vuole raggiungere qualche risultato.

Finalmente ho visto gruppi di lavoro costruire strategie serie sui prodotti che vanno al di là della carta stampata per portare il prodotto notizia in nuovi mercati.

1) Edizione Digitale, sono tutte uguali?

Non tutte le Edizioni Digitali sono prodotti maturi

La maggior parte dei CEO pensa che **le edizioni della replica digitale** siano un prodotto maturo e standardizzato, che non influisce molto sull'esperienza dei lettori e sull'affezione del lettore alla testata.

La realtà è molto diversa e **una buona scelta può** facilmente **far aumentare tra il 10% e il 20% i lettori del proprio prodotto**. La scelta dell'esperienza sbagliata non solo allontanerà i lettori dall'utilizzare l'edizione digitale, ma, conseguenza ancora più grave, allontanerà il lettore dal giornale facendogli fare affidamento su fonti diverse per le proprie informazioni.

La qualità della soluzione digitale deve essere buona esattamente come lo è il prodotto cartaceo.

Prezzo della carta e distribuzione costano sempre di più

Dal punto di vista del lettore, il prodotto cartaceo sta superando la soglia della sostenibilità costo/beneficio.

Si dimentica però che un Abbonamento Digitale a metà del prezzo porta un utile maggiore di una copia cartacea venduta.

La frequenza di lettura è con le app estremamente elevata (85% di media), superiore sia alla carta che al web

L'ostacolo economico per le famiglie ad acquistare l'edizione digitale viene ridotto se tutta la famiglia può usufruirne.

*Anche le pubblicità possono essere valorizzate, **fidelizzando** quindi **anche gli inserzionisti***

Riceviamo centinaia di flussi XML da sistemi molteplici



**NESSUN FLUSSO è perfetto
e
richiedono TUTTI un adattamento**

Il nostro flusso di correzione permette di incrementare i risultati qualitativi per una resa più piacevole.

Un esempio è la rappresentazione dei Necrologi in forma testuale implementata per il giornale Libertà di Piacenza.



E' mancata all'affetto dei suoi cari

**Teresa Brunella
ved. Maiocchi**

di 91 anni

Ne danno il triste annuncio a funerali avvenuti:
— i figli, il genero, le nuore, i nipoti e i parenti tutti.
Un santo rosario in suo ricordo sarà recitato questa sera, domenica, alle ore 20,30 nella chiesa di S. Antonio.

0524.573457)

Le famiglie SATURI sono vicine ai familiari e porgono sentite condoglianze.

ANDREA CHIOZZA e i COLLE-
GHI TUTTI si stringono a Ugo e famiglia per la perdita della cara mamma e porgono sentite condoglianze.

SILVANO e GIUSEPPE SARTORI con le proprie FAMIGLIE unitamente ai COLLABORATORI e ai DIPENDENTI della ditta EREDI SARTORI PIETRO porgono a Ugo e familiari sentite condoglianze.

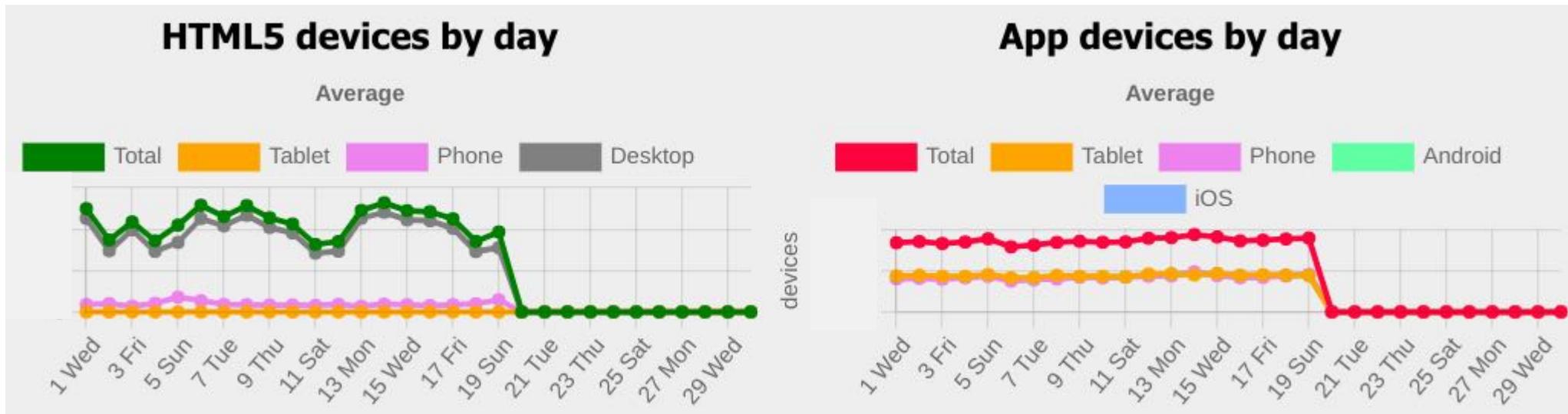
É Il prodotto che guida gli utenti verso un certo dispositivo

I giornali che adottano il nostro sistema di edizione digitale vedono un'impennata di utilizzatori app soprattutto grazie all'incremento dei lettori via telefono cellulare (+25%)



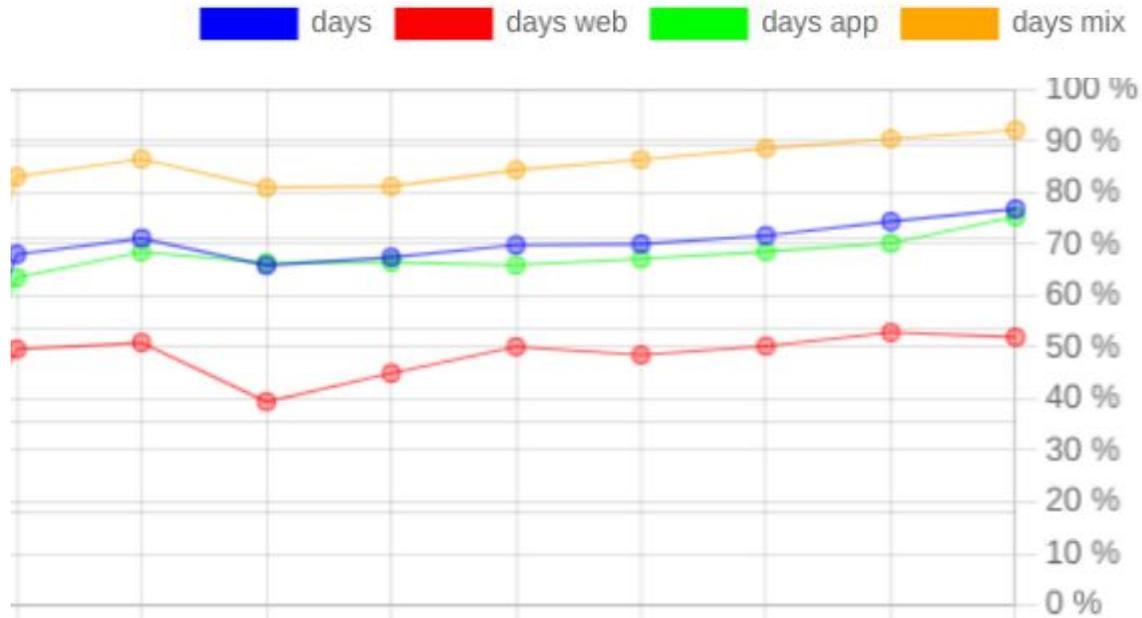
Gli accessi web sono meno costanti rispetto a quelli delle app.

Il device mobile è sempre con te. Il computer dipende dalle tue abitudini infrasettimanali rispetto al weekend.

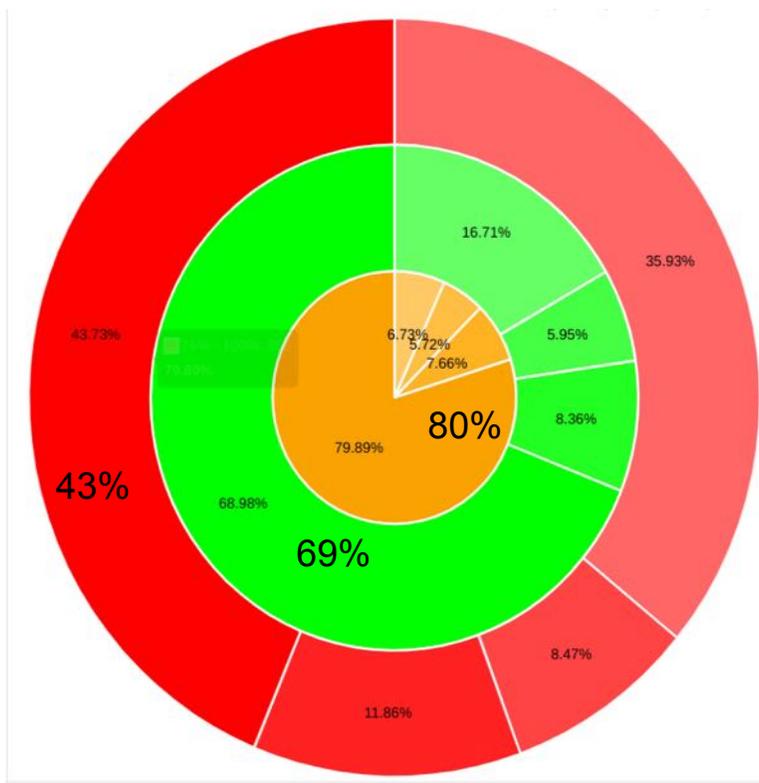


% delle edizioni lette per dispositivo

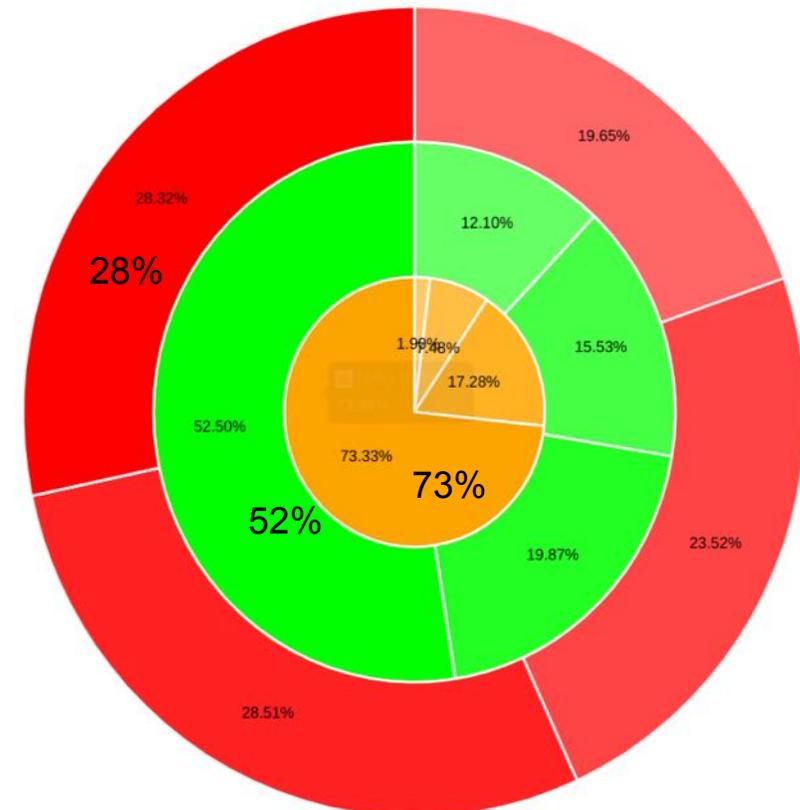
Visto dal punto di vista delle edizioni lette è quindi facilmente comprensibile capire come mai **i lettori della versione web leggono solo il 50% delle edizioni contro quasi l'80% o più di coloro che usufruiscono anche delle app.**



Frequenza di lettura tra due quotidiani con tipo di abbonamento diverso. Quindi cambiando il tipo di abbonamento si può cambiare anche le abitudini di lettura. Comunque non cambiano le percentuali diverse a secondo dei dispositivi.



Abbonamenti digitali indipendenti dal cartaceo



Abbonamenti al cartaceo da accesso all'online

2) App live news (excursus personale)

Articoli riassunti e letti per le giovani generazioni

La domanda che ci si pone è: “Perché i giovani non leggono i giornali?”
Non per disinteresse. Vogliono sapere quello che succede ma raramente arrivano a leggere un articolo completo.

Ho provato a seguire le notizie dell’invasione in Ucraina da Instagram facendomi guidare da un giovane. Quotidianamente abbiamo letto ed appreso le notizie dalle **didascalie estese** allegate alle foto. Si aveva un’idea generale degli avvenimenti ma la sequenza temporale era completamente persa. Dopo tre giorni si rileggeva una notizia vecchia, ma, visto la mutazioni degli avvenimenti, si interpretava la notizia in un contesto diverso e non corretto.

Mio commento da baby boomer? **Preoccupante.** Ma spetta ai giornali, con un lavoro da giornalista, fare da influencer e **riassumere concetti complessi in un fumetto** (foto + didascalia espansa)

Conclusione: I giornali stanno ad instagram , come i libri stanno ai fumetti



Baby boomer (un'altra generazione)

Il sito web ormai si concentra sul sito per dispositivi mobili

Questo è un mondo completamente a parte e in continua evoluzione, che richiede cambiamenti continui per garantire una presenza sempre in mutazione e dinamica. Ormai la frequenza di rifacimento di un sito è ogni due anni.

I paywall sono ad oggi una realtà consolidata.



Replikator: assieme a Wordpress la soluzione per un headless CMS

Questa è la nostra specificità, apprezzata dai tecnici, ma spesso non compresa dagli Editori. Noi lo consideriamo semplicemente un mezzo per raggiungere un livello professionale con un prodotto consumer.

4) Newsletter, Facebook e Instagram

Per raggiungere anche i non abbonati

- Questo è un mondo a parte che a primo acchito sembra raccogliere solo le briciole del traffico. Ma come si dice il mare è fatto da tante gocce e sono queste le gocce che bisogna gestire cercando di non disperere gli sforzi automatizzando il più possibile il flusso.
- Anche noi, provider di soluzioni tecnologiche, pensiamo che bisogna affidarsi ad un consulente di fiducia. I risultati sono molto difficili da leggere e interpretare. ma è la società tecnologica che deve fornire al consulente i mezzi per trarre le proprie conclusioni.
- Lavorare verso una app personalizzata garantisce il brand e a lungo andare può sostituire i canali social che stanno perdendo referenzialità.





La Stella Polare KPI e Analisi

Tracciare il coinvolgimento degli utenti e far crescere i lettori

Perchè sono importanti le analisi digitali

- Le metriche sono uno **strumento per orientarsi** tra le innumerevoli decisioni che dobbiamo prendere per il nostro prodotto.
- Ma per orientarci non basta una bussola; dobbiamo sapere **dove siamo ora** e **dove vogliamo andare**.



Implementare l'analisi digitale per raggiungere gli obiettivi aziendali

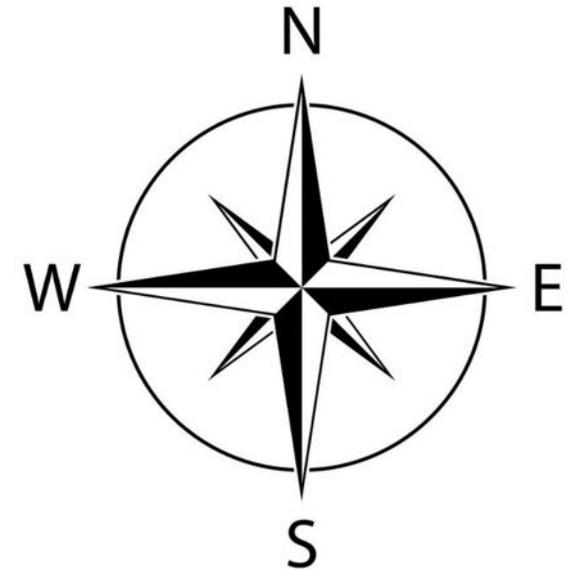


Cosa sono le analisi digitali?

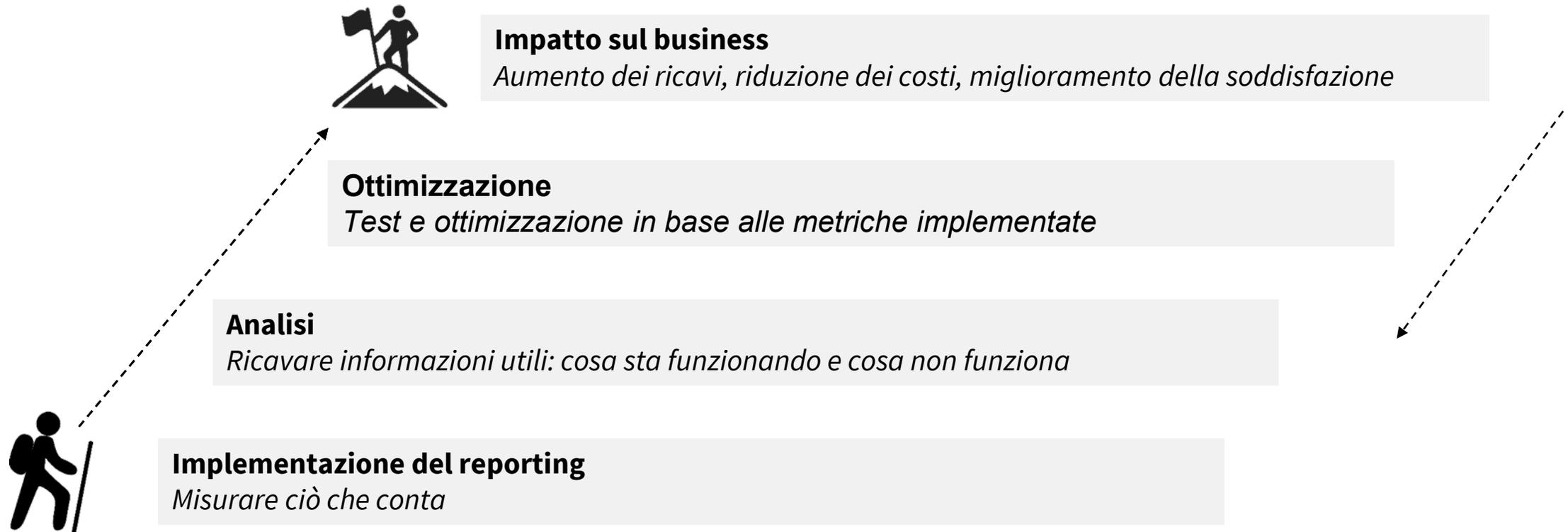
Perchè sono importanti le analisi digitali?

In sintesi, i KPI sono fondamentali per

1. Capire come si sta comportando il nostro prodotto/azienda.
2. Decidere dove intervenire per migliorare le prestazioni del nostro prodotto/azienda.
3. Valutare se le azioni intraprese hanno generato un impatto positivo (o meno) e in che misura.



Iterazioni per migliorare le prestazioni





Il concetto di "**Stella Polare**" è nato nella Silicon Valley. È un KPI che deve essere usato come l'unica misura predittiva del successo di un'azienda a lungo termine.

I team usano la metrica della stella polare per far concentrare tutti i reparti di un'azienda su un solo obiettivo. Se ogni squadra definisse degli obiettivi diversi si potrebbe arrivare addirittura al punto in cui l'una lavora contro l'altra, moltiplicando inutilmente l'effort.

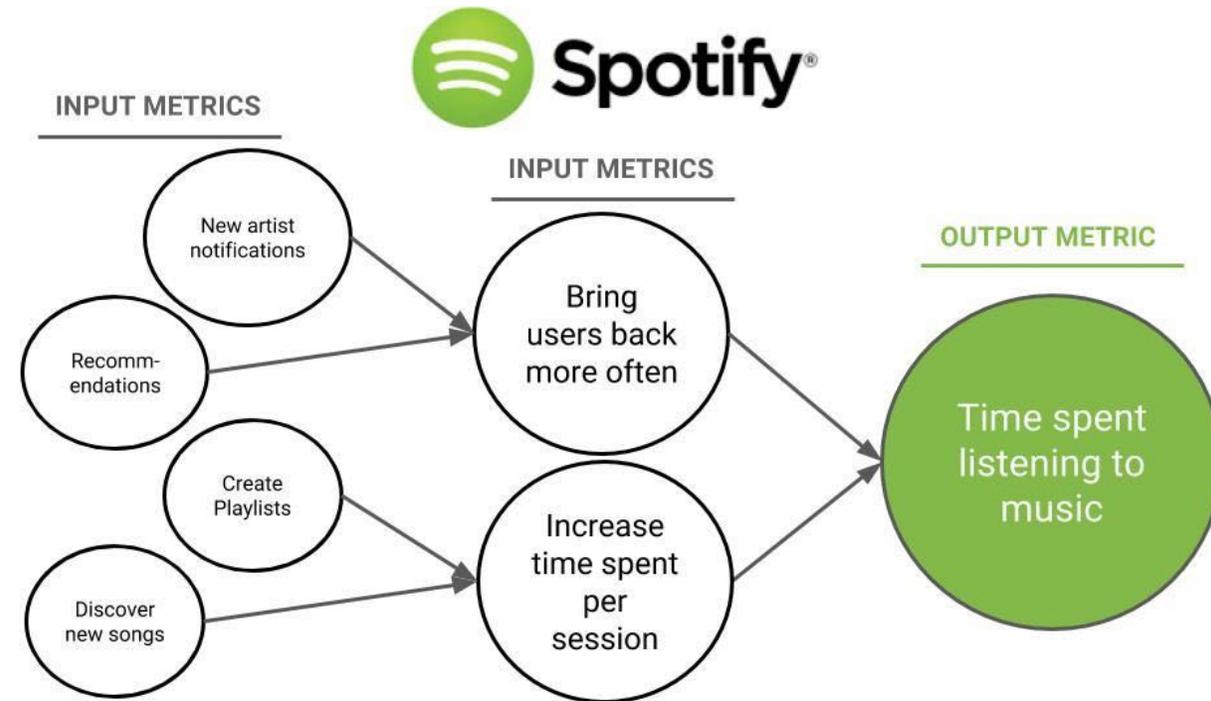
Esempio del conflitto che potrebbe crearsi:

il reparto amministrativo si concentra sul numero di abbonamenti attivi quale metrica North Star, mentre il marketing utilizza il numero di sessioni di lettura.

Nel primo caso non si vuole permettere a più lettori di usare lo stesso abbonamento, nel secondo si mira ad avere il massimo numero di lettori con lo stesso abbonamento.

North Star Metric: esempi reali

	Monthly Active Users (MAU)
	Time spent listening
	Number of purchases per month
	Booked nights
	Monthly Active Users (MAU)
	Messages Send
	Number of answers to questions
	Rides per week
	Weekly active teams
	Daily Active Users (DAU)



NEWSMEMORY Bluebird



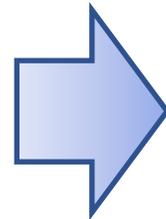
Che dire degli editori e dei giornali?



Metrica North Star

Un "buon" MNS deve fare 3 cose:

- Riflettere il valore del cliente
- Misurare i progressi
- Portare a un guadagno



Monitoraggio della dedizione dei lettori nei confronti dei giornali



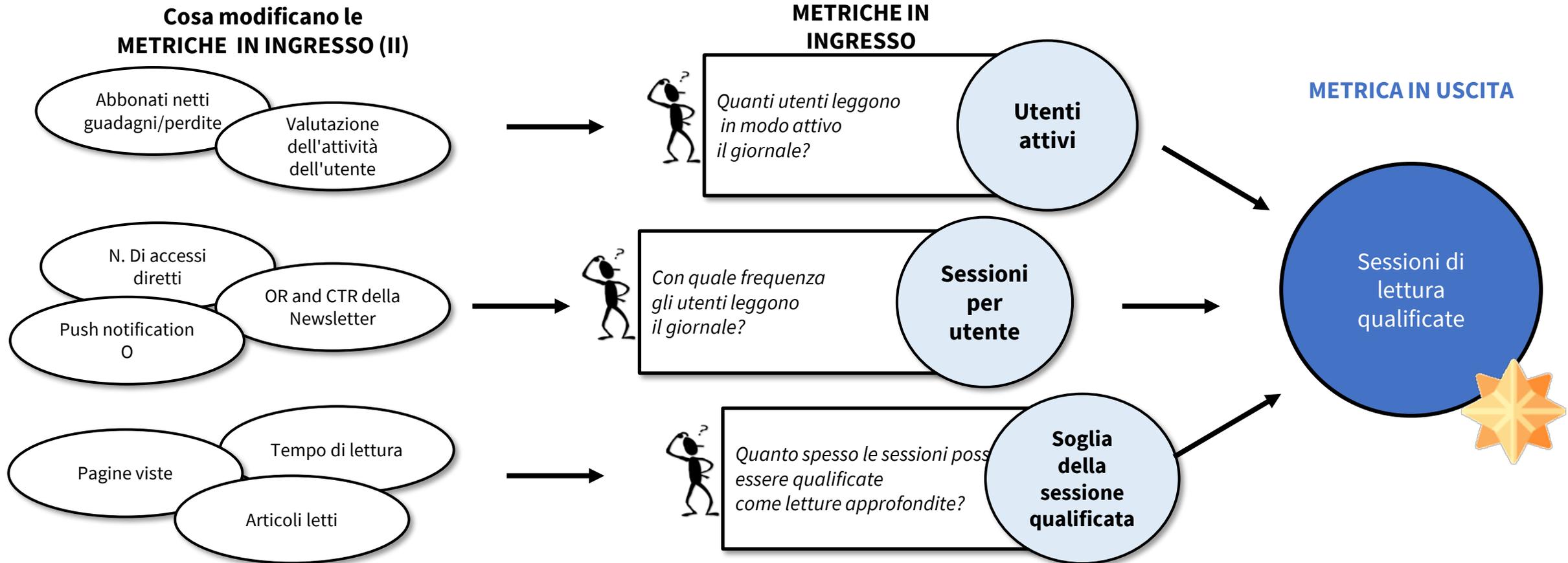
Sessioni di lettura qualificate



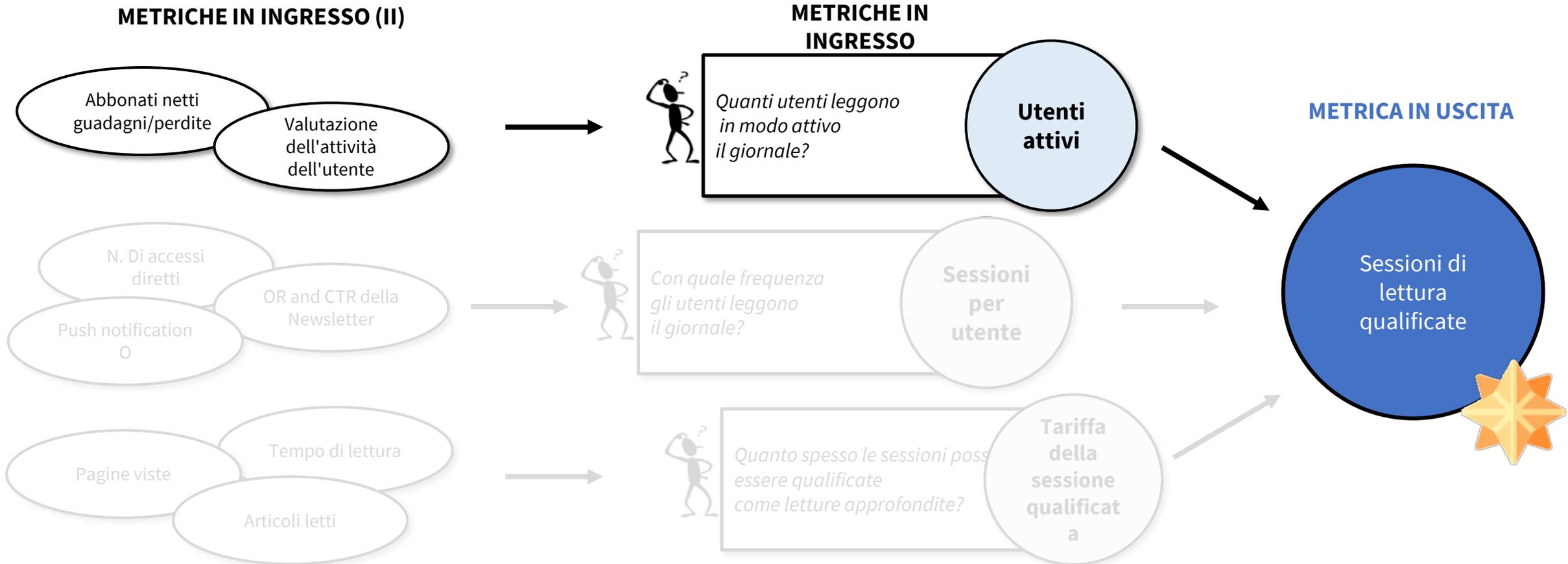


Ok, i miei lettori stanno crescendo...
...ma perchè stanno crescendo?





Coinvolgimento degli utenti



Abbonamenti al netto di guadagni/perdite

Abbonamenti totali (inizio periodo)

+ **Nuovi Utenti**

- **Abbonamenti Persi (chawned)**

= **Abbonati totali (fine period)**

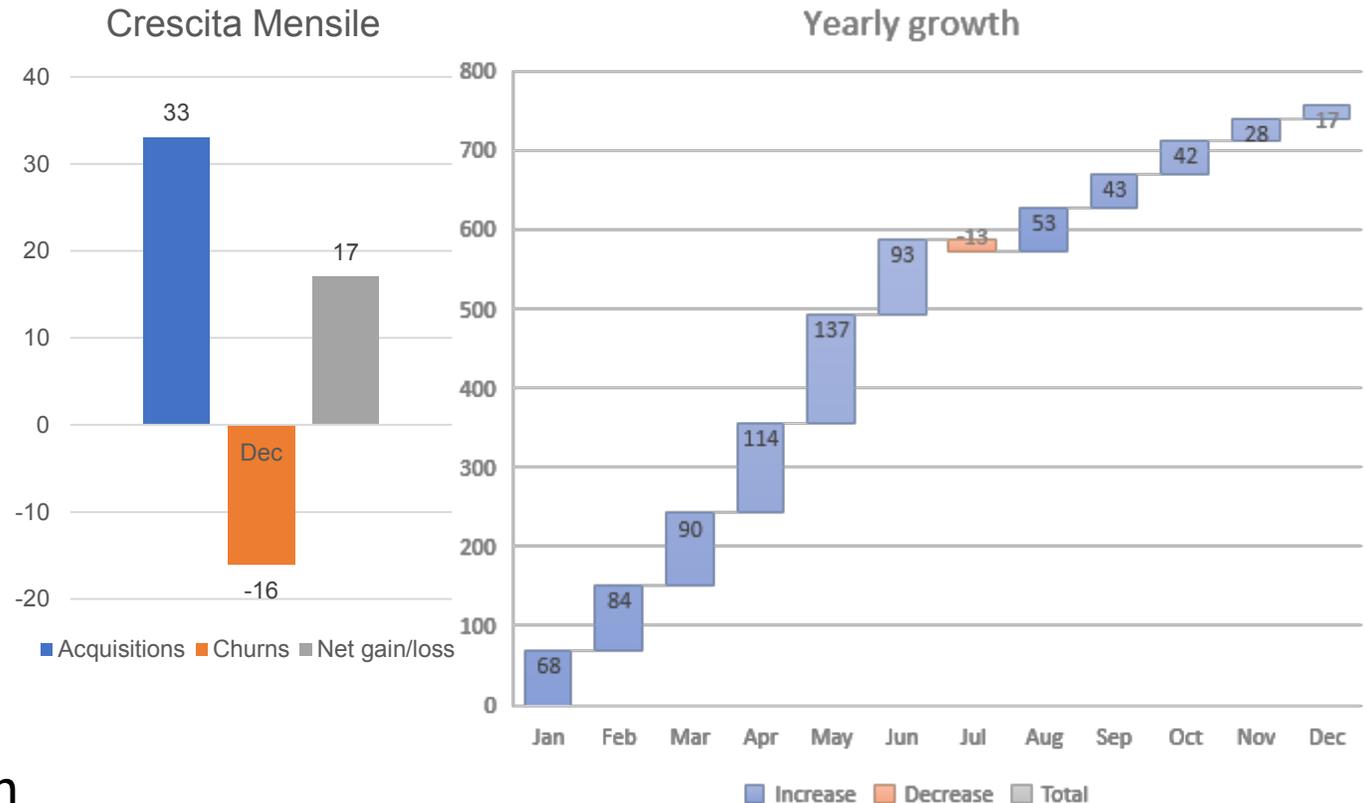
Guadagno/Perdita netta mensile

Capire le Cause per attenuare gli effetti

Pagamenti ricorrenti con fiducia.

Avvertimenti chiari all'abbonato che si sente supportato e non vincolato.

Premiare gli abbonati di lungo termine con azioni di rinnovo scontato.



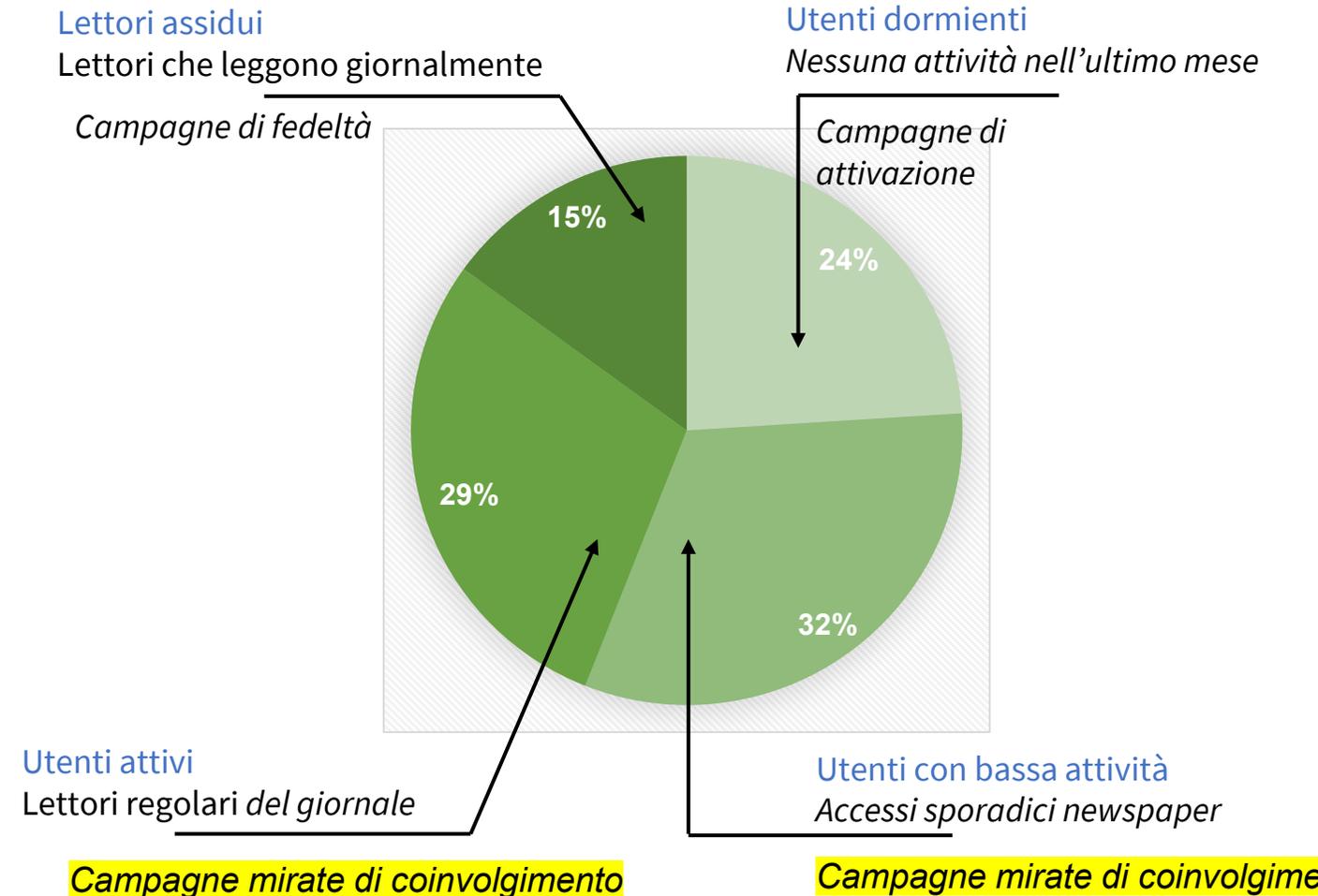
Abbonati Attivi

Mostra gli utenti in base all'attività

Da uno studio della Meill Spiegel Research Center della Northwest University si è visto che metà degli abbonati visitano il sito meno di una volta al mese .

Sempre secondo questo studio la probabilità di questi lettori di **rinunciare** all'abbonamento è **6 volte maggiore** rispetto ai lettori più assidui.

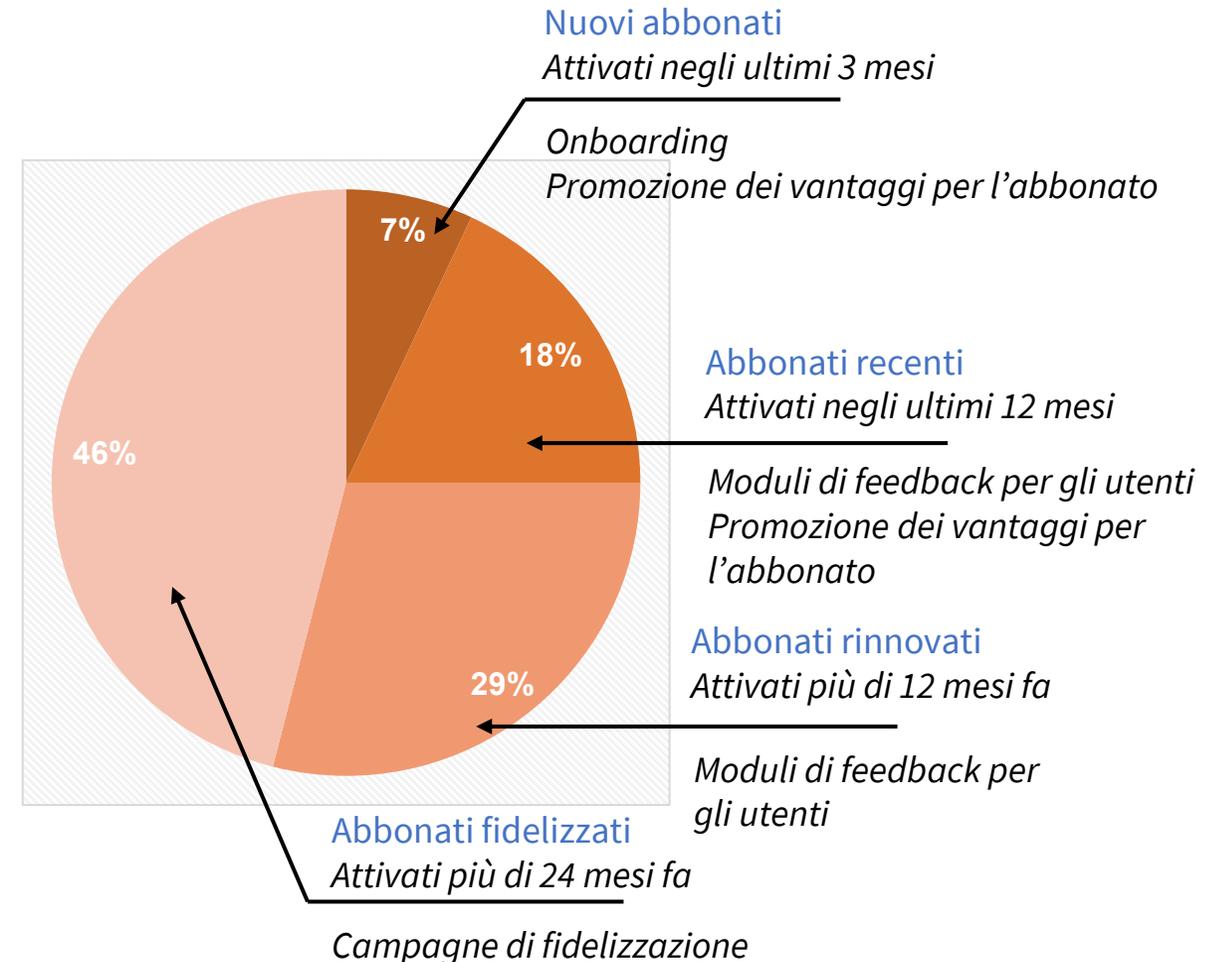
Questo significa che bisogna coinvolgere il lettore con Newsletters, e con campagne mirate di marketing : "Se la gente non viene da voi, voi dovrete andare da loro".



Abbonati attivati

Segmentare gli utenti in base alla data di attivazione

Questo permette di organizzare comunicazioni mirate per guidare l'abbonato ad apprezzare tutta l'offerta.



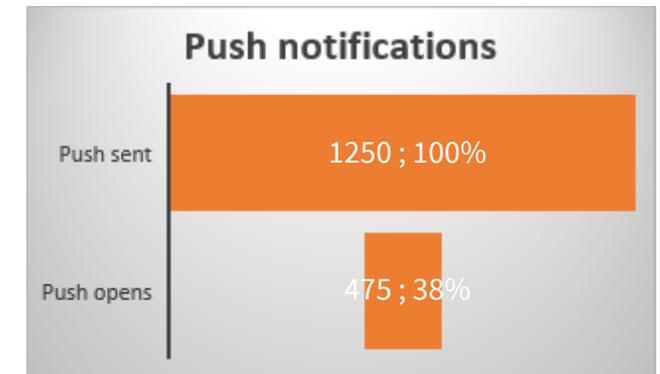
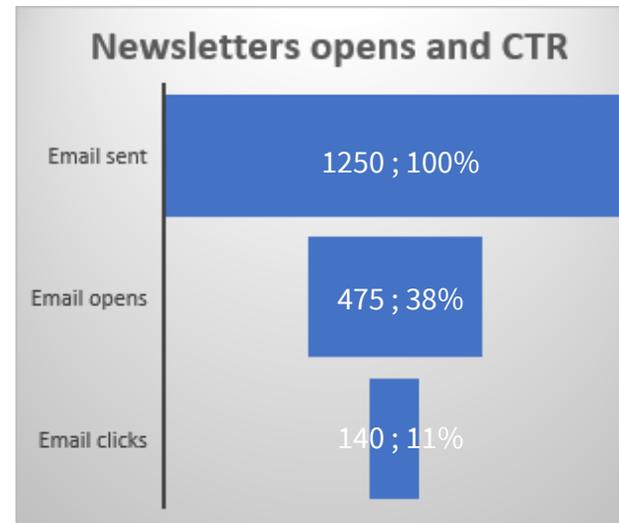
Capire l'efficacia delle comunicazioni

Newsletters e notifiche push

Misurare i parametri di **Open Rates (OR)** and **Click Through Rates (CTR)** delle comunicazioni fatte permette di rendere il risultato più efficace.

Come ottimizzare?

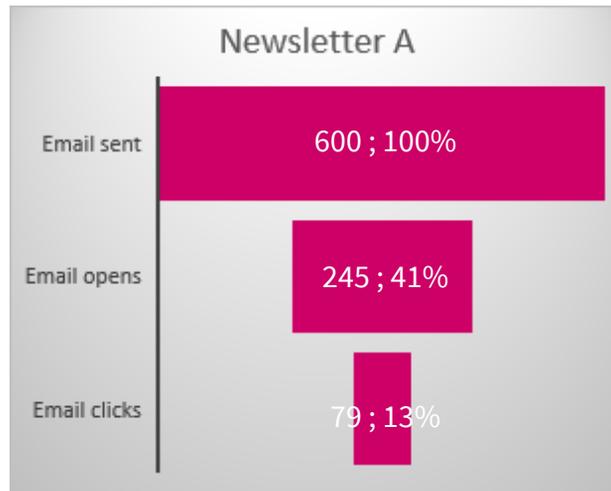
- Scegliere il giusto formato
- Scegliere il giusto momento per l'invio
- Scegliere la frequenza
- Mostrare titoli attrattivi
- Mostrare contenuto rilevante
- Personalizzare il contenuto



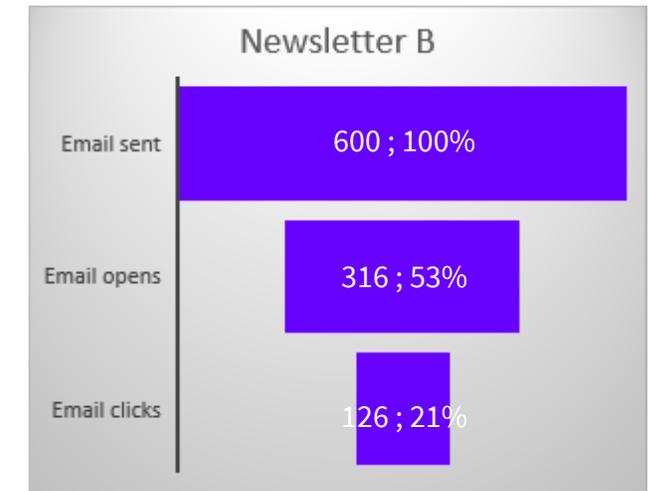
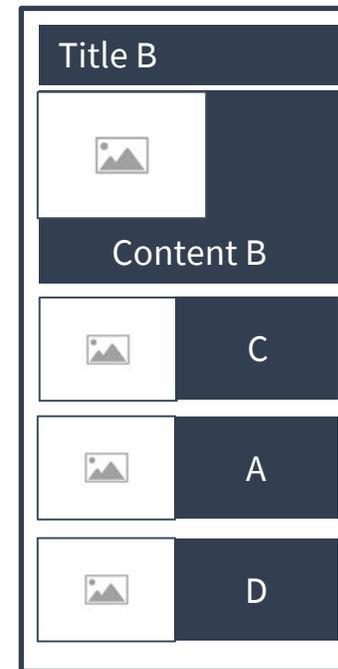
Ottimizzazione del formato della Newsletters

Ottimizzazione del contenuto e del layout con A / B testing

Newsletter A

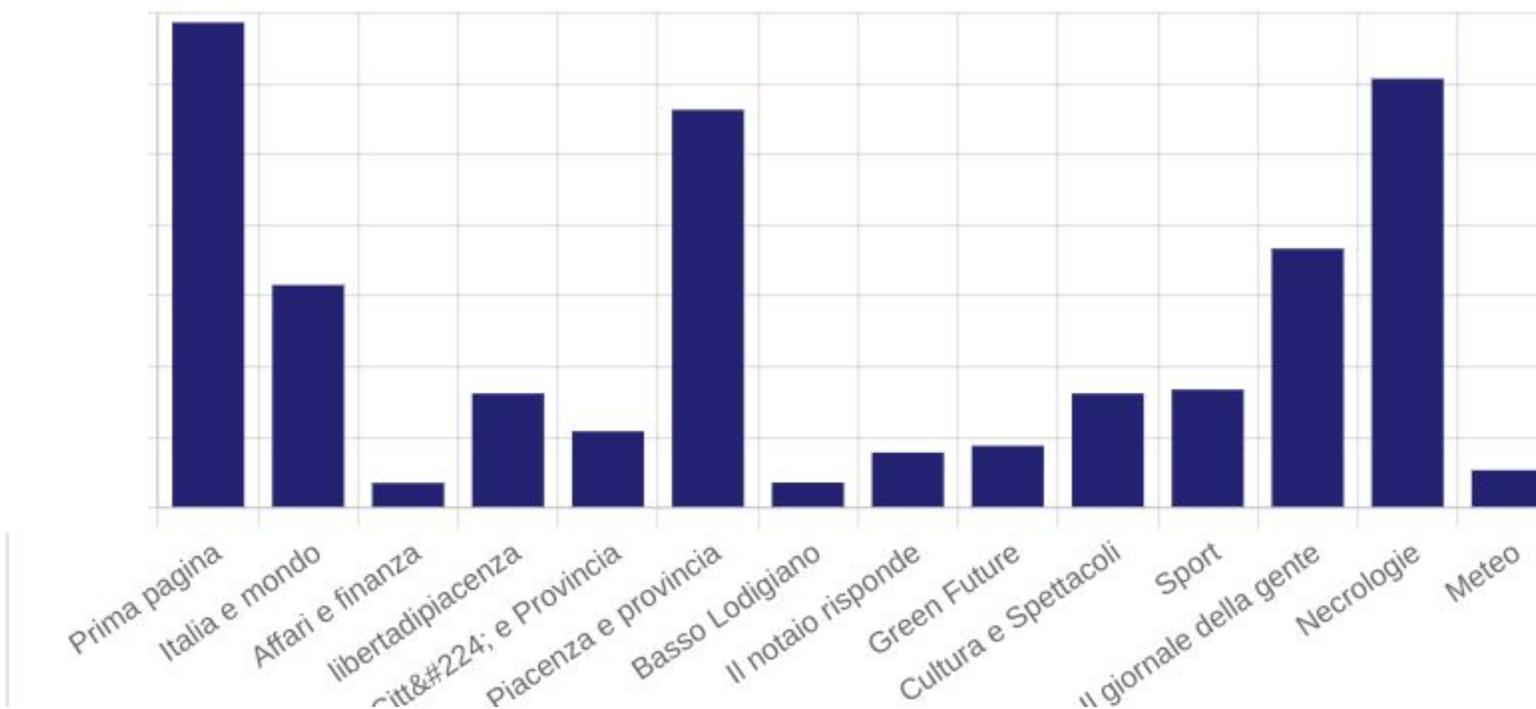


Newsletter B



Cosa leggono i vostri lettori?

Create il contenuto che apprezzano di più.



Sessioni di lettura qualificate

Articoli più letti

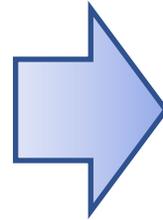


Seleziona per edizione o per date

Rank	Publication Date	Section	Page Number	Article Title	Article Reads
1	11/15/2021	Main	A001	In London, Remembrance Service Marks End of World War I	3445
2	11/15/2021	Main	A001	Climate Accord Opens Path To Global Carbon Trading	3320
3	11/15/2021	Main	A001	Chip Shortage Leads to Redesigned Products	3098
4	11/15/2021	Main	A001	China's Social Mobility Stalls, Prompting Economic Revamp	3097
5	11/15/2021	Main	A001	Inflation Helps Boost Profit Margins	2969
6	11/15/2021	Main	A001	Bell That Tolls For Billionaire Is His Own	2727
7	11/15/2021	National News	A004	Infrastructure Spurs Backlash Within GOP	2462
8	11/15/2021	National News	A006	Covid Cases Rising Again In Parts of U.S.	2376
9	11/15/2021	Opinion	A017	The Truth Behind Alec Baldwin's Gun	2266
10	11/15/2021	National News	A003	Trump Sets Deal to Sell Washington Hotel	2152
11	11/15/2021	Main	A001	What's News	2098
12	11/15/2021	National News	A004	Climbing Prices Push Biden to Adjust His Message	2024
13	11/15/2021	National News	A004	Democrats Aim to Mend Rifts Over Bill	1987
14	11/15/2021	Opinion	A018	An Illegal Vaccine Mandate	1977
15	11/15/2021	Main	A001	Unlike U.S., Many Nations Put Off Shots for Children	1878
16	11/15/2021	Opinion	A017	The Chip That Changed the World	1868
17	11/15/2021	Main	A001	World-Wide	1756
18	11/15/2021	National News	A006	U.S. WATCH	1732
19	11/15/2021	National News	A002	Workers' Slow Return Clips Growth	1731
20	11/15/2021	World News	A018	How to Make Spending Unpopular	1716

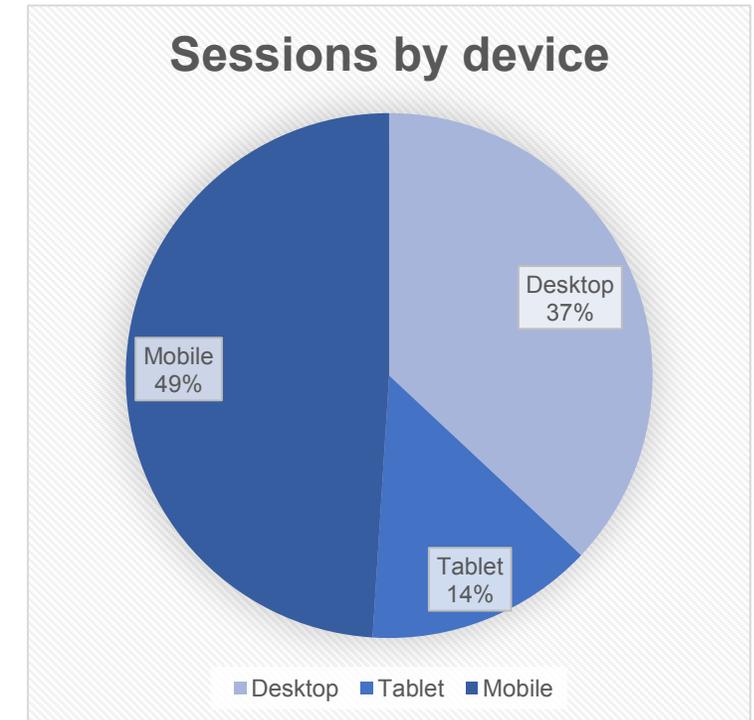
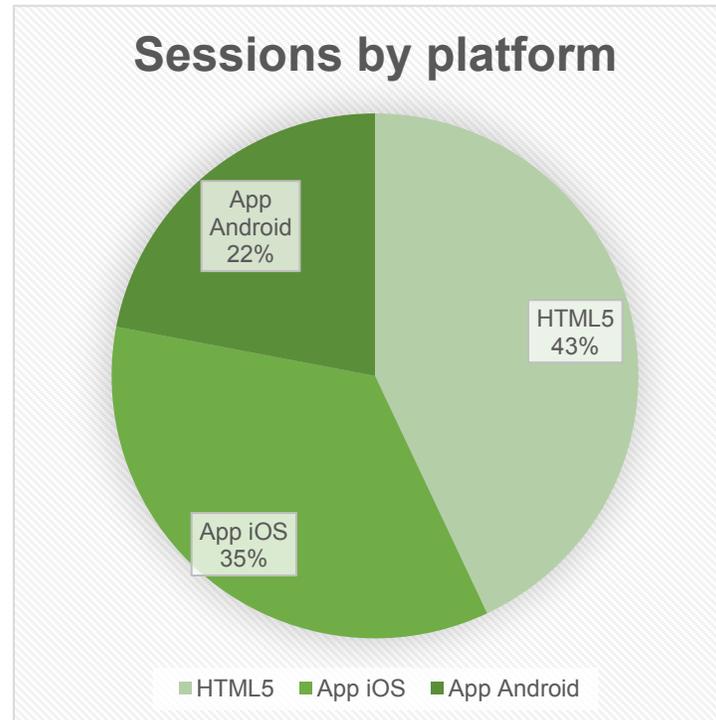
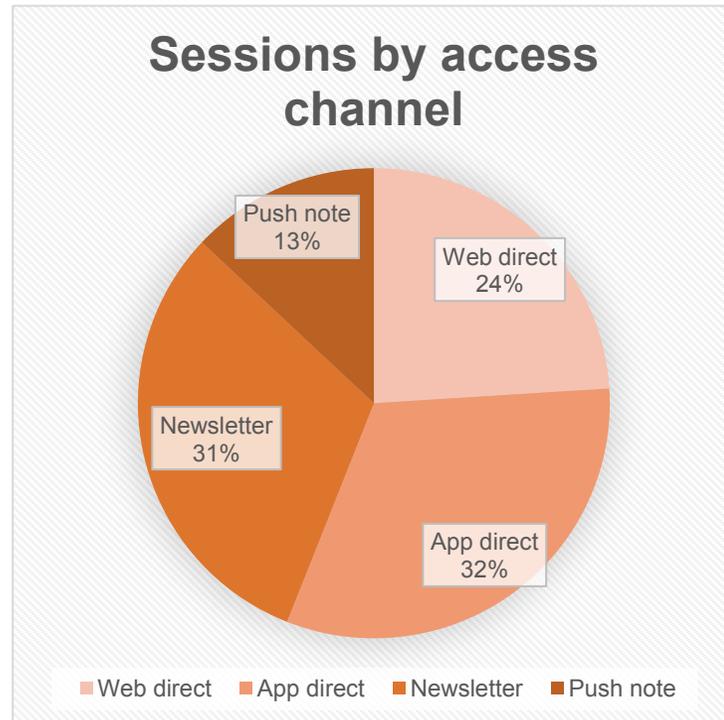
Sessioni utente

Interruzioni delle sessioni utente



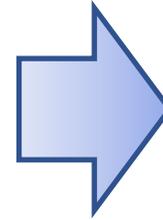
N. totale di sessioni

Sessioni medie per utente

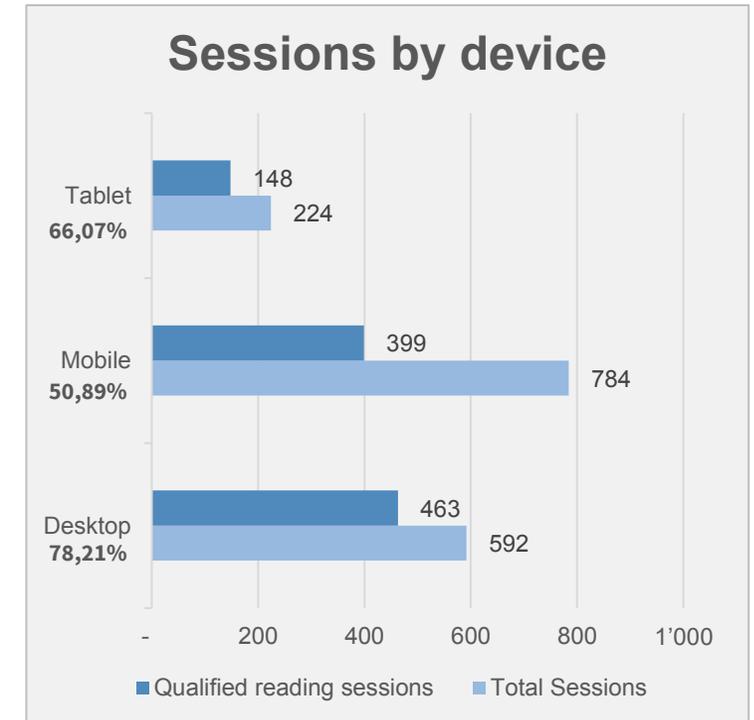
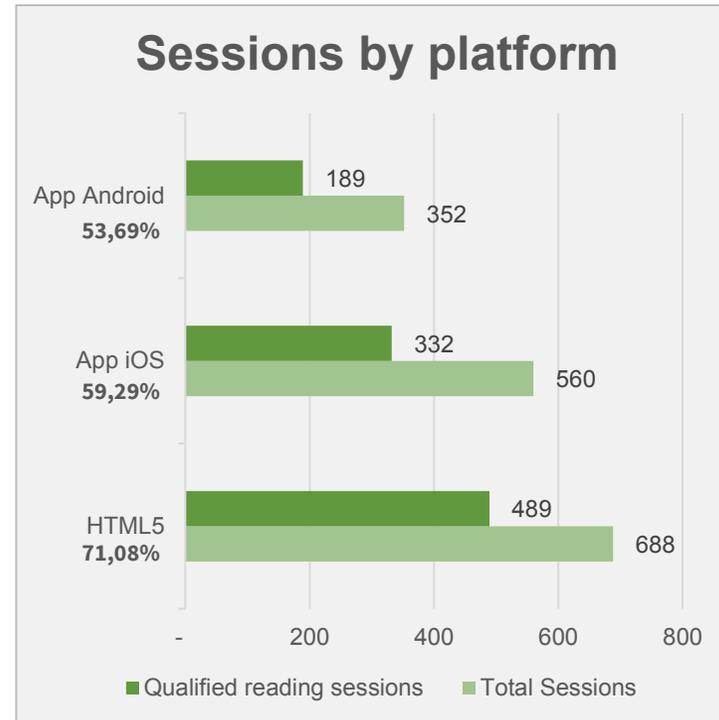
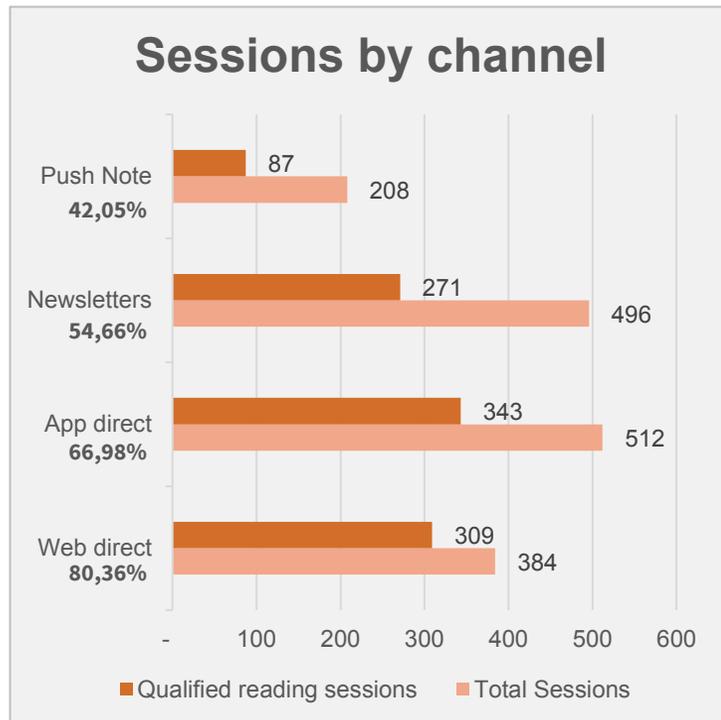


Sessione qualificate di lettura

Interruzioni di sessioni qualificate



Sessioni qualificate / Sessioni totali (%)
sessioni qualificate per utente



Segmentazione degli utenti per personalizzare l'offerta

Aumenta i lettori conoscendo le loro abitudini

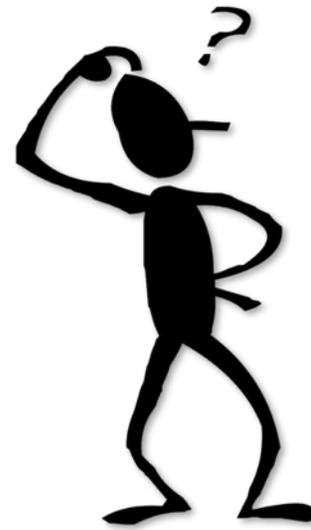
Segmentazione:

- Per attività
- Per anzianità dell'abbonamento
- Per interesse
- Per geografia
- Per abitudini di rinnovo



Utilizzo:

- Newsletters personalizzata
- Campagne mirate di stimolo ad accedere al contenuto
- Campagne promozionali
- Processi di Onboarding
- programmi di fedeltà
- Pubblicità mirata
- Suggerimenti di articoli di interesse



Q & A

TECNAVIA

The future of e-publishing.

GRAZIE DELL'ATTENZIONE

ITALIA

Via Pitagora 8
20016 Pero - Milano - Italy
P +39 02 48731513

SVIZZERA

Via Cadepiano 28
Barbengo-Lugano 6917
Switzerland
Telephone +41 91 993 2121

USA

13965 W Preserve Blvd
Burnsville, MN55337-7733 USA
Telephone +1-952-435-6744
+1-877-TECNAVIA
(+1-877-8326284)