elEconomista.es

Caso di successo:
Riviste Digitali Specializzate

Nuovi prodotti e servizi,
una panoramica

Bari, 21 Giugno

Virginia Gonzalvo
Responsabile delle riviste digitali
del Giornale **elEconomista**

elEconomista.es

Chiavi del modello di business

1 **Alta produttività**

20 riviste digitali specializzate gratuite,
Senza aumentare la struttura

2 **Design adattato**

Formato orizzontale, adattato alla lettura nello schermo, ma fatto con lo stesso sistema editoriale del quotidiano

3 **Prodotto ibrido tra web e cartaceo**

4 **Succeso nel riadattamento ed implicazione dei professionisti**

5 **Ottimizzazione delle ri[illegible] passo in[illegible]mento iniziale**

6 **Nuova nicchia** [illegible] **nserzionisti**

eE

elEconomista.es

Chi siamo

Principali pietre miliari

Il primo portale di informazione economica in spagnolo e il secondo, nel mondo

11 milioni di singoli utenti (Omniture)

Audience totale nel mondo

11.087.380 utenti	**5.677.799** utenti
OMNITURE Adobe	comScore
Audiencia Censal en **PCs, Tabletas y Móviles**	Audiencia Panel en **PCs**

elEconomista.es

Chi siamo

Principali pietre miliari

Il primo portale di informazione economica in spagnolo e il secondo, nel mondo

11 milioni di singoli utenti (Omniture)

Audiencia Principales Portales de Prensa Económica

Visitatori unici mensili in Europa, USA e Iberoamerica (Accesso PC)

Fuente: elaboración propia sobre datos **comScore MMX WorldWide** (Mar'16)

elEconomista.es

Chi siamo

Principali pietre miliari

Il primo portale di informazione economica in spagnolo e il secondo, nel mondo

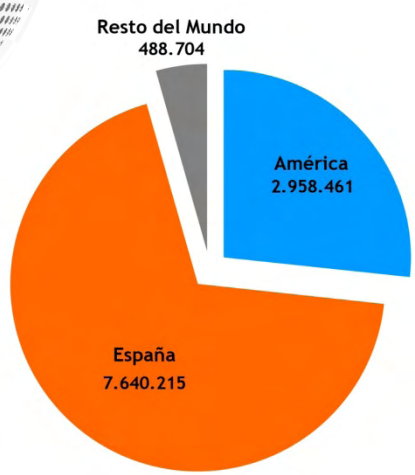
11 milioni di singoli utenti (Omniture)

Cronologia:

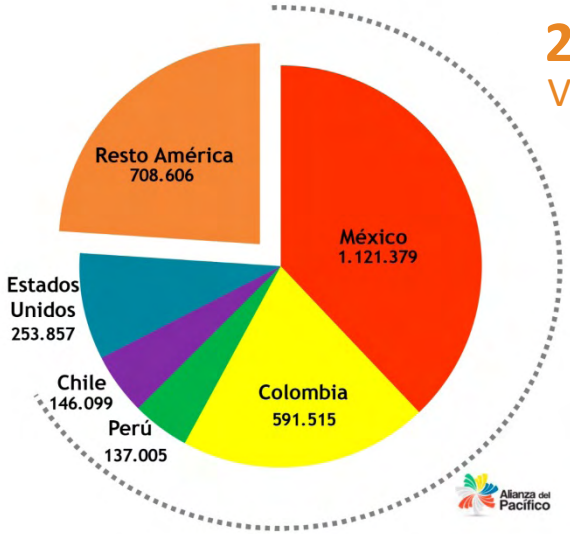
2006: Nascita, eredita una **testata con prestigio (160 anni)**

2013: Lancio del portale **elEconomistaAmerica.com**

Audience elEconomista per Area Geografica (Omniture, Mar'16)



11.087.380
Visitanti unici nel mondo



2.958.461
Visitanti unici in América

1.995.998
Visitanti unici

elEconomista.es

Chi siamo

Principali pietre miliari

Il primo portale di informazione economica in spagnolo e il secondo, nel mondo

11 milioni di singoli utenti (Omniture)

Cronologia:

2006: Nascita, eredita una **testata con prestigio (160 anni)**

2013: Lancio del portale **elEconomistaAmerica.com**

2014: Nasce Economiahoy.mx (Messico)

Audience principali economici in Messico
(comScore Mar'16)

Total Audiencia Internet	**42.365.817**
Portales de Economía	
CNNExpansion.com	1.356.957
ElFinanciero.com.mx	1.037.010
elEconomista	905.987
ElEconomista.com.mx	700.906
DineroEnImagen.com	338.022
Entrepreneur.com	271.962
AltoNivel.com.mx	222.167
Expansión	193.871
Cinco Días	94.944
Wall Street Journal Online	46.945
Terra Economía	37.833
Business Insider	26.395
IBTimes	18.416
Finanzas.com	N/D

elEconomista.es

Chi siamo

Principali pietre miliari

Il primo portale di informazione economica in spagnolo e il secondo, nel mondo

11 milioni di singoli utenti (Omniture)

Cronologia:

2006: Nascita, eredita una **testata con prestigio (160 anni)**

2013: Lancio del portale **elEconomistaAmerica.com**

2014: Nasce Economiahoy.mx (Messico)

ADN:

Team di professionisti qualificati e con un grande coinvolgimento

Capacità per adattarsi ai cambiamenti: anticipazione digitale

Resistenza e creatività nei tempi di crisi

elEconomista.es

Come e quando Sono nati le Riviste Digitali

Ingegno affilato dalla crisi del settore

La positiva esperienza del **SuperLunes** digitale:

elEconomista.es

Risultati

elEconomista.es

I resultati oggi

20 pubblicazioni digitali specializzate in 4 anni

- Tecnología elEconomista
- Sanidad elEconomista
- Gestión elEconomista Empresarial
- Catalunya elEconomista
- Transporte elEconomista
- País Vasco elEconomista
- Franquicias elEconomista y Emprendedores
- Valenciana Comunitat elEconomista
- Ecomotor.es
- Andalucía elEconomista
- Madrid elEconomista
- Seguros elEconomista
- Energía elEconomista
- Inversión a fondo elEconomista
- REVISTA elite sport
- Consumo elEconomista
- Alimentación y gran consumo elEconomista
- Agua y medio ambiente elEconomista
- Agro elEconomista
- Iuris&lex elEconomista

www.elEconomista.es/kiosco/

eE

elEconomista.es

I resultati oggi

Penetrazione nel tessuto imprenditoriale nel quale non abbiamo lavorato: **piccole e medie imprese**

- Ottenzione di nuovi lettori: più di **450.000 sottoscrizioni**
- Maggiore indice di fideltà

Sviluppo in nuovi mercati geografici

- **5 delegazioni in Latinoamerica**; 3 milioni di lettori
- **Delegazione** di 14 persone en **Messico D.F.**

Rafforzamento del rapporto con gli inserzionisti

elEconomista.es 10 años

La formula

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti 1

Idee e chiara strategia:

Ciò che è importante è il messaggio e non il supporto

Corporate stile grafico che identificano il marchio elEconomista

Nomi generici che identificano il contenuto y favoriscono la SEO

Investimenti progettati e redditizi

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti 1

Idee e chiara strategia:

Ciò che è importante è il messaggio e non il supporto
Corporate stile grafico che identificano il marchio elEconomista
Nomi generici che identificano il contenuto y favoriscono la SEO
Investimenti progettati e redditizi

Alta produttività, in base a:

Professionisti specializzati e coinvolti nel progretto
Avanzata piattaforma tecnologica

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti 1

Informazione di qualità, mostrato in modo interessante ed efficace:

- Disegno adattato allo schermo
- Protagonismo dell'imagine
- Titolari atrattivi e comprensibili

eE

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti 2

Ricercare sinergie, pensando nel lettore: “Prodotto ibrido”

Rivista Digitale Specializzate
Web focalizzata sul settore

Portada | EcoDiario | Ecoteuve | Informalia | Evasión | Ecomotor | Ecoley | Ecotrader | elMonitor | Economíahoy.mx | Otras | América

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti

Ricercare sinergie, pensando nel lettore: “Prodotto ibrido”

Rivista Digitale Specializzate
Web focalizzata sul settore
Account Twitter especifica, gestita per il direttore

elEconomista.es

La formula e suoi ingredienti

Ricercare sinergie, pensando nel lettore: “Prodotto ibrido”

Rivista Digitale Specializzate
Web focalizzata sul settore
Account Twitter especifica, gestita per il direttore

Redazione unica integrata:

Giornalisti multimedio digitale-cartaceo
Formazione: successo nel riadattamento

Investimenti controllate ed ottimizzatte:

Dimensione pianificata dei nuovi progetti

Garantire la redditività-sponsorship prima di lanciare una nuova Rivista. Il 60% dei ricavi provengono dai prodotti digitali

eE

elEconomista.es 10 años

Il futuro

elEconomista.es 10 años

Il futuro

Approfondire nella ricerca di nuovi lettori, inserzionisti e mercati

- Lancio di nuove Riviste Digitali Specializzate
- Incorporare nuove idee nel rapporto con gli inserzionisti
- Creare nuove esperienze digitali (giovani lettori)

elEconomista.es

Grazie mille

Virginia Gonzalvo
Responsabile delle Riviste Digitali
del Giornale **elEconomista**

virginia.gonzalvo@eleconomista.com