



De la mano de un cambio de estrategia, Roberto Suárez comienza como Responsable de Marketing Digital en el 2011 en La Voz del Interior. Una de sus tareas dentro del área, consiste en generar el estado de situación de los sitios de Internet del medio.

Esta labor solía realizarse con múltiples fuentes de datos, llevando mucho tiempo operativo, ya que se hacía en forma manual con un alto grado de posibilidad de error humano. Consistía en extraer los datos de las herramientas en formato Excel y luego combinarlos manualmente en un Excel base, que posteriormente se pasaba a un Power Point. Esto llevó un año y medio hasta que Marcelo Rizzi, Responsable del área de Sistemas, desarrolló un proyecto junto con la Consultora Lempert para automatizar el proceso a través de la herramienta Qlik y Qlik NPrinting.

Lempert es una empresa conocida en el mercado local. Es partner de Data IQ, Master Reseller de Qlik en Argentina, Paraguay y Uruguay. Marcelo Rizzi, líder del proyecto, conoció la herramienta a través de comentarios elogiosos de colegas y de eventos organizados por Lempert.

Lempert®

Qlik permitió unificar diversas fuentes de datos en un mismo panel, esto facilitó el trabajo y aceleró el proceso. Se realizó un tablero web y, a través de Qlik NPrinting, se materializó en un informe consolidado de varias páginas. Roberto asegura "En principio esta automatización del proceso me benefició en lo personal ya que el trabajo previamente me llevaba 30 horas y con la herramienta se llegó a realizar en 8 horas. Sumado a esto, disminuyó ampliamente la tasa de error por el proceso manual".

En opinión de Lempert: "La evolución del diario impreso al periódico digital impone una reingeniería profunda en las empresas periodísticas. Esto supone cambiar procesos, estilo de redacción de las notas, la manera de presentar las noticias y contemplar la posibilidad de tener una interacción con los lectores en tiempo real respecto al valor de las notas. Ha resultado una experiencia muy enriquecedora acompañar ese proceso, generando indicadores para medir el nivel de inserción de cada uno de los productos generados por la Compañía de acuerdo a los contenidos, fechas, oportunidades, etc. La Voz del Interior ha sacado mucho provecho de las aplicaciones de Qlik para mejorar su llamada al mercado e incrementar la delicia de los lectores. Al mismo tiempo NPrinting mejoró los procesos de distribución de esa información y los tiempos de armado de los reportes distribuidos dentro de la organización a muy bajo costo".

El tiempo de implementación de Qlik y Qlik NPrinting se realizó en 2013 y no llevó más de 3 meses. El reporte de situación de los sitios es para el diario muy importante ya que ayuda a medir, entre otras cosas, la visibilidad de la publicidad digital. El informe agrupa la información de veinte sitios permitiendo medir el tráfico diario, el "trackeo" de las visitas, el número de visitantes recurrentes, número de conexiones a través de dispositivos móviles, las visitas por sección del medio (deportes, espectáculos, información general), entre otras variantes.

Highlights

Resumen

La Voz del Interior fundada el 15 de marzo de 1904.
Pertenece al Grupo Clarín (Accionista mayoritario)
Total 300 Empleados
Total 13 Empleados en Departamento de Marketing
Roberto Suarez-Responsable de Marketing Digital

Problemática

Múltiples fuentes de datos para hacer reportes mensuales de situación general de los sitios de internet del medio. Alta tasa de errores, tiempo operativo de recursos.

Líder del Proyecto

Marcelo Rizzi-Área Sistemas

Tiempo de implementación

3 meses -año 2013

Inversión

USD 68,0000

Fuentes de datos

ComScore Digital Analytix, Google Analytics, Facebook Analytics

Beneficio

Optimización de la tasa de error y reducción de horas operativas para realizar el informe mensual.