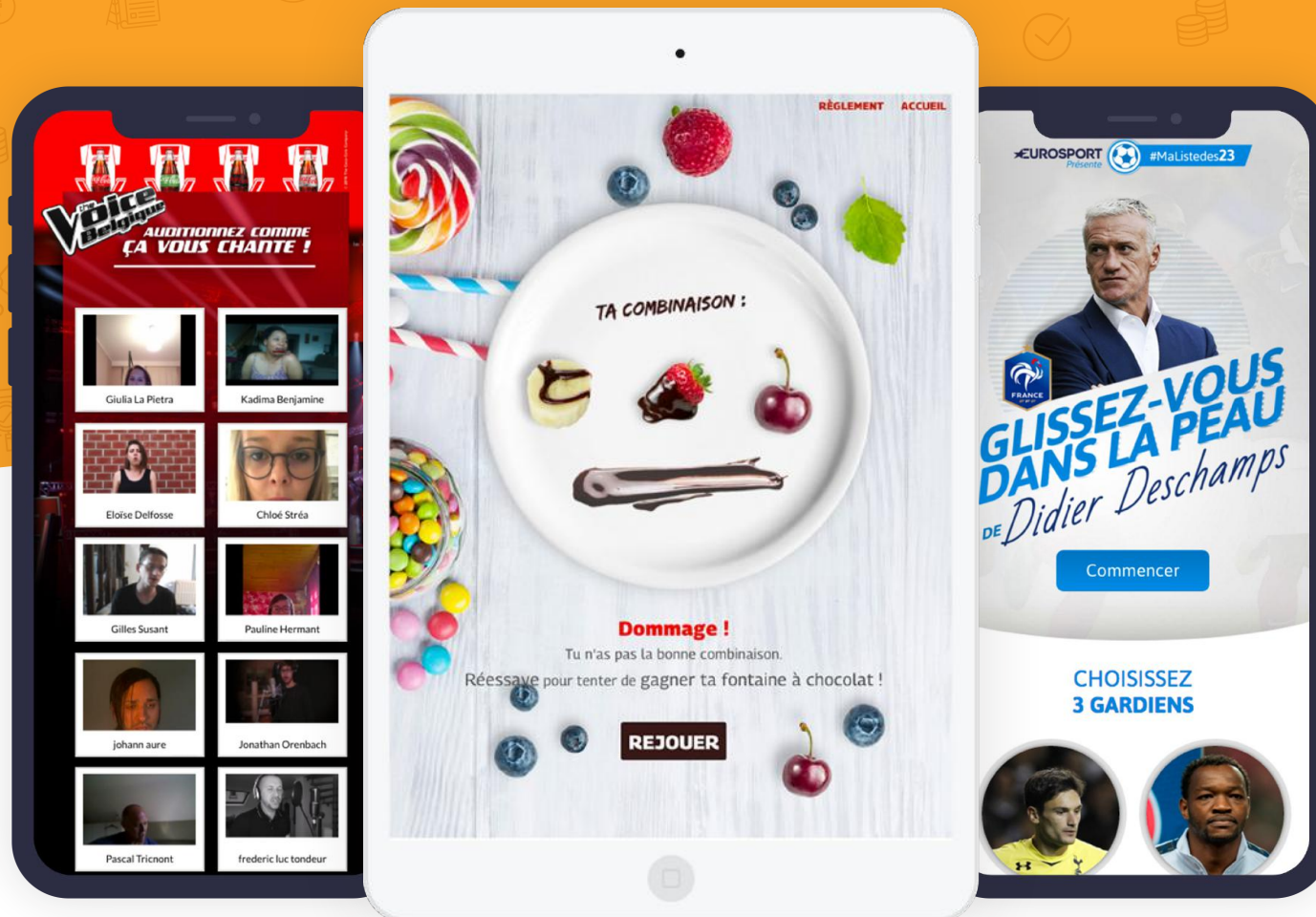


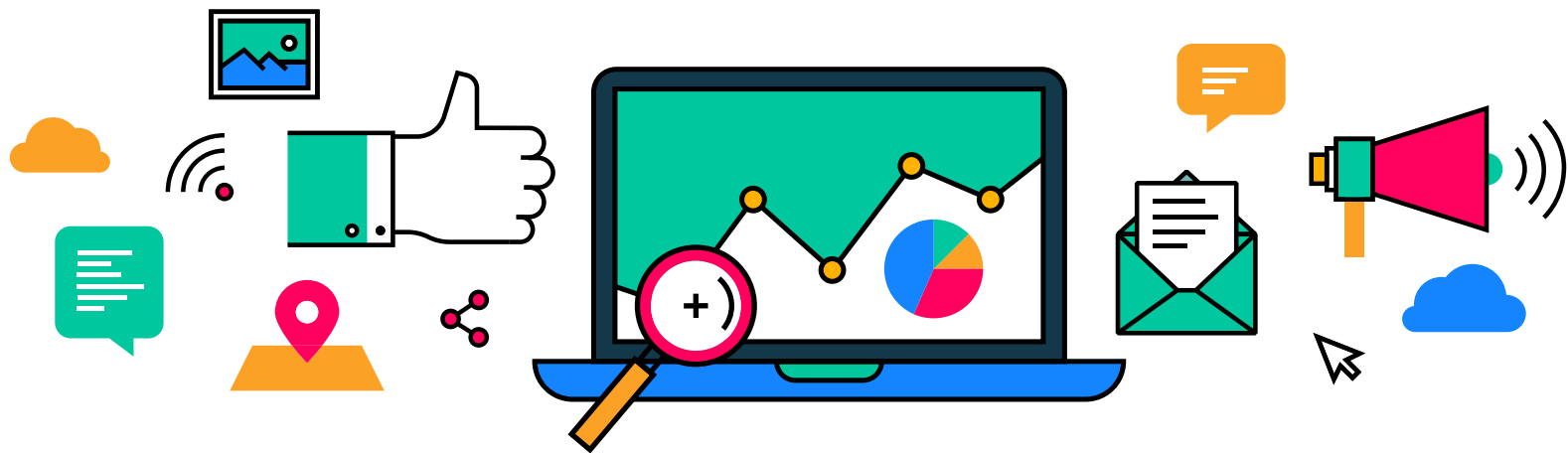


CÓMO UTILIZAN QUALIFIO LAS 9 COMPAÑÍAS DE MEDIOS LÍDERES EN EUROPA PARA INVOLUCRAR, SEGMENTAR Y MONETIZAR SUS AUDIENCIAS



INTRODUCCIÓN

En los últimos diez años, las compañías de medios se han enfrentado a un creciente número de retos para tener éxito en su transformación digital, tales como: la pérdida de audiencia de los medios de comunicación tradicionales, la adaptación de las redacciones a los nuevos canales de distribución y formatos, las dificultades para monetizar el contenido web y móvil, la feroz competencia de Facebook y Google por los ingresos procedentes de publicidad, etc.



Estos retos se han planteado a todos los niveles: en la sala de redacción de noticias, en el área de marketing, a efectos de datos, de ventas de publicidad, etc. Se han puesto en marcha proyectos ambiciosos y se han implantado plataformas técnicas para adaptarse a estas nuevas realidades, a través, entre otros, de la adopción de nuevas herramientas de publicación, de un mejor conocimiento, de la segmentación de audiencias, de nuevos formatos publicitarios, etc.

La adopción de la plataforma Qualifio en el marco de una compañía de publicidad o de comunicación contribuye a dar respuesta a algunos de estos retos:



Aporta mayor interactividad y viralidad a los contenidos



Genera embudos de conversión de lead para que los clientes que no proporcionan ingresos pasen a ser clientes de pago



Proporciona un mejor conocimiento de los usuarios y una mejor segmentación de las audiencias



Pone a disposición de los publicistas formatos publicitarios nuevos e innovadores a través de múltiples canales

En este EBook, exponemos de forma conjunta algunos ejemplos de las campañas más exitosas de nuestros clientes de medios que optaron por contenidos interactivos, y por tanto no estáticos, con vistas a alcanzar sus objetivos de marketing.

EUROSPORT

Eurosport Group es la principal plataforma de deportes multimedia a escala europea. Desde 1989, Eurosport ha pasado de un único canal de televisión a una potente plataforma multimedia dedicada al mundo del deporte que ofrece 6 canales de televisión, 15 páginas web y una amplia variedad de aplicaciones para smartphone y tablets. Cada año, Eurosport retransmite más de 100 deportes diferentes así como los principales acontecimientos deportivos del mundo, tales como los Grand Slam de tenis, el Tour de Francia y el Campeonato del Mundo de Atletismo.

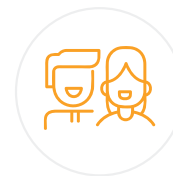
¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



Se pueden crear animaciones



Se incrementa la visibilidad en redes sociales



Permite involucrar a la audiencia



Facilita el periodismo de datos

uso de los resultados a efectos editoriales: artículos, fotos, videophoto, videos

EJEMPLO VOTACIÓN “MI LISTA DE 23”

Para promover el interés en la UEFA Euro 2016, Eurosport ofreció a los usuarios de Internet la oportunidad de ponerse en la piel de cinco entrenadores de fútbol europeos y hacer la lista de 23 jugadores que seleccionarían para la Eurocopa. Gracias a su productiva colaboración con Qualifio, Eurosport logró involucrar a su audiencia al tiempo que generaba una alta visibilidad en las redes sociales, incluso mucho antes de que la competición empezase.

ROI



1,1 millones
de participantes



4,5 millones
de visitas



280.000
veces compartido
en redes sociales



#2 GULLI

Gulli es un canal de televisión francés de Lagardère Active Group dedicado a los niños entre 4 y 10 años. Con vistas a retener a sus pequeños espectadores y captar nuevos, el canal optó por reforzar su presencia online a través de un sitio web que ofrece dibujos animados, series y programas grabados así como material para colorear que puede imprimirse, actividades lúdicas para toda la familia y juegos interactivos con los que pueden ganarse premios.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



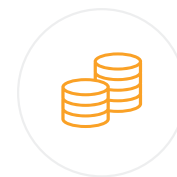
Se recopilan
opt-ins



Se incrementa la
creación de cuentas
de Gulli



Permite que la
audiencia se
entretenga y se
involucre



Se incrementan los
ingresos por patrocinio
al dotar de mayor visibilidad
a los colaboradores a través
de contenido interactivo de la
marca

EJEMPLO JACKPOT “LA FUENTE DE CHOCOLATE”

Gulli lanzó una campaña de jackpot patrocinada por Yoocook y Gobel, dos fabricantes de utensilios de cocina, y propuso a su audiencia la posibilidad de ganar fuentes de chocolate. Para ganar, los participantes tenían que conseguir que saliesen las mismas tres frutas en una tirada. Para esta campaña, Gulli empleó su propio sistema de autenticación (SSO) al integrarlo en la plataforma Qualifio, por lo que los participantes solo tenían que introducir sus datos de usuario ya existentes para poder jugar, lo que a su vez suponía un incentivo a la hora de crear una cuenta de Gulli.

ROI

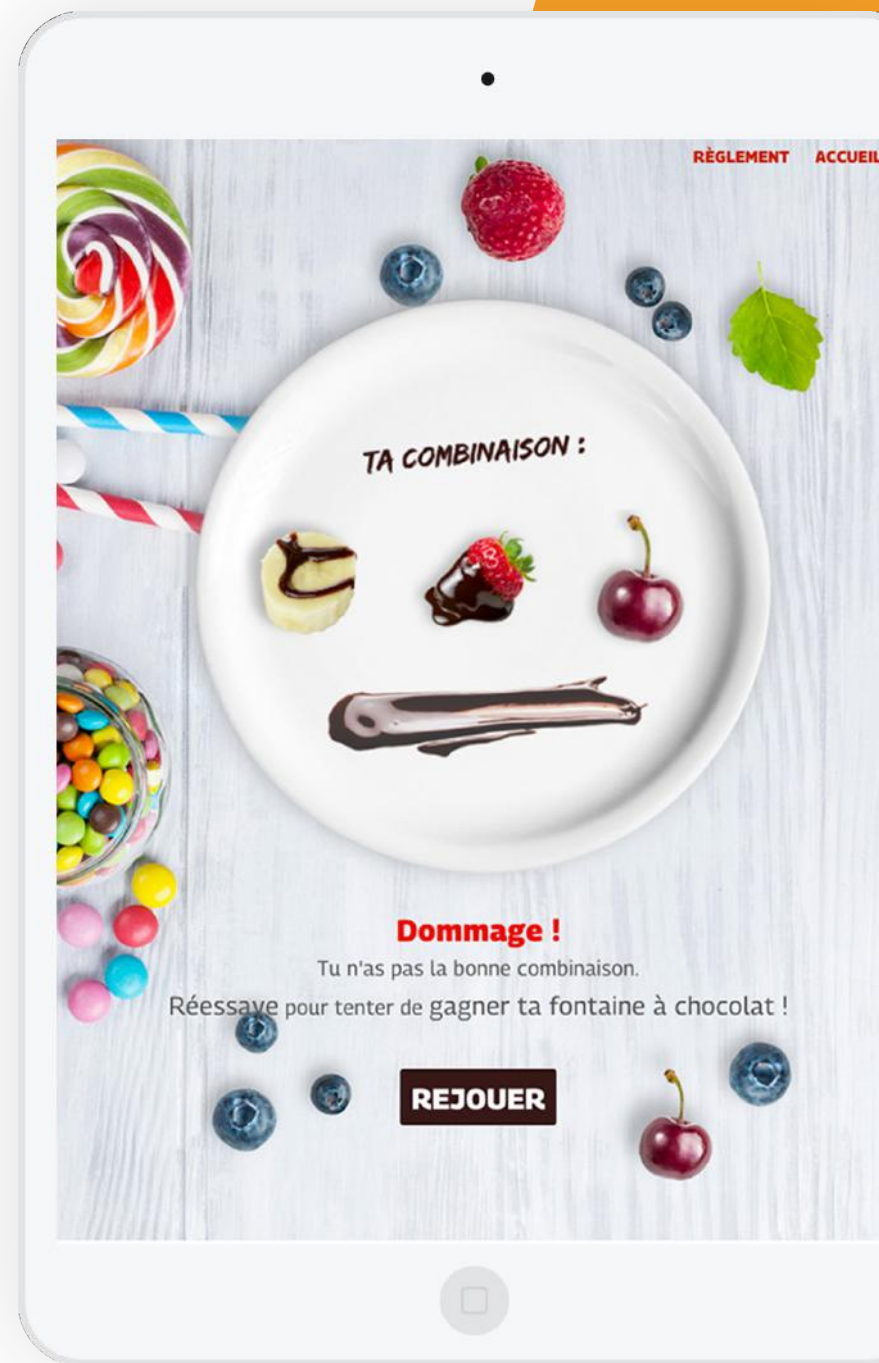


231.763
participantes



405.219
visitas

Consejo: Al igual que hizo el canal de televisión francés Gulli, podemos incrementar nuestros ingresos por publicidad gracias a la actualización de anuncios: cuando uno de los participantes pasa a la siguiente pregunta, la página se actualiza y con ella, y de forma automática, los anuncios que se muestran.



DE STANDAARD

A través de Qualifio, el diario belga De Standaard crea numerosas campañas interactivas que permiten al periódico "hablar" de política de una manera creativa y dotar de un mayor atractivo a los temas "serios". Estas campañas, que a menudo resultan lúdicas, son siempre puro contenido editorial: no hay concursos y los lectores no consiguen premios. El objetivo es ofrecer momentos de interacción y entretenimiento al mismo tiempo que llevan a cabo su labor como medio de comunicación, que consiste en que la gente esté informada.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



Los lectores se involucran



Se crean animaciones



Se incrementa la visibilidad y viralidad en redes sociales

EJEMPLO CUESTIONARIO BASADO EN IMÁGENES “TRUMP O TARANTINO: ¿QUIÉN LO HA DICHO?”

El juego “Trump o Tarantino: ¿quién lo ha dicho?” es un ejemplo de puro contenido editorial. En lugar de limitarse a escribir un artículo sobre las frases de Trump más sorprendentes, De Standaard tuvo la idea de juntar estas afirmaciones en un mismo quiz muy original con citas de las películas de Tarantino. El participante tenía que adivinar si el autor de la cita era el presidente estadounidense o el director de cine, gran amante de la sátirica.

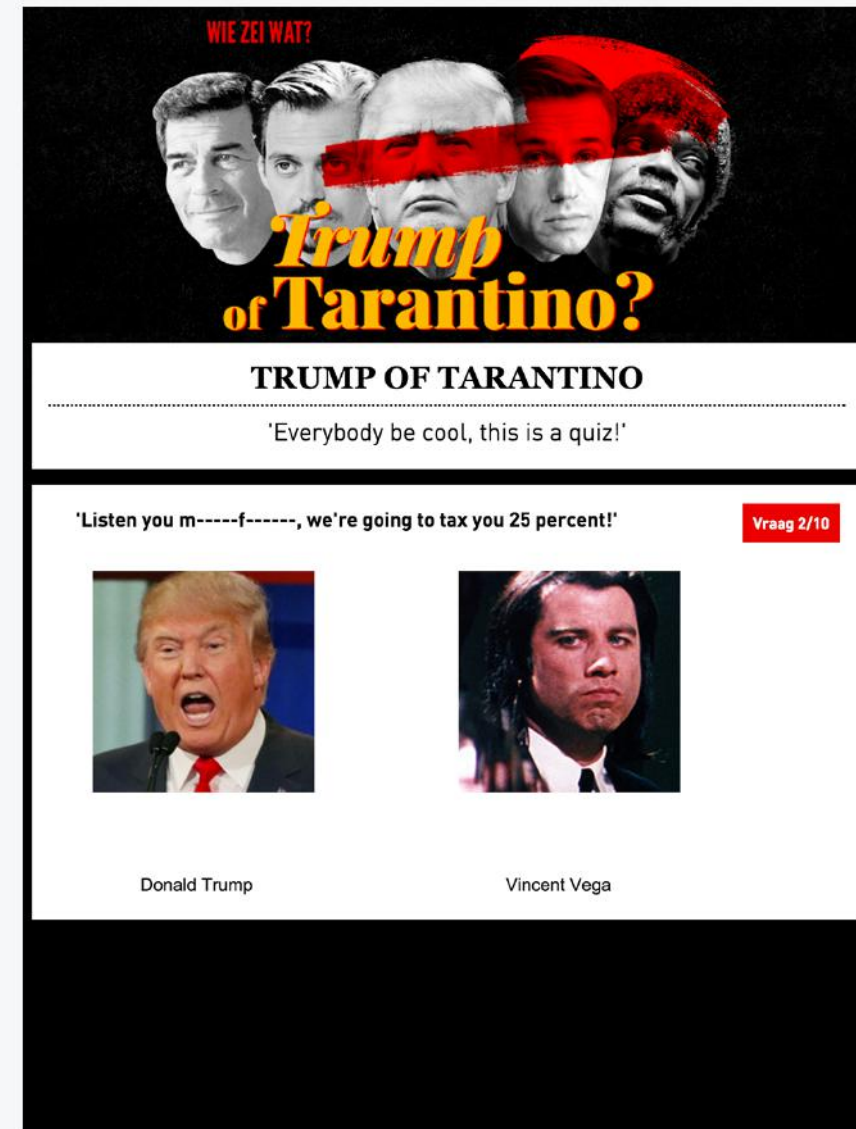
ROI



10.000
partidas



50
veces compartido
en Facebook



EJEMPLO TEST DE PERSONALIDAD “¿TE PARECES MÁS A DONALD O A HILLARY?”

El test de personalidad “¿Te pareces más a Donald o Hillary?” también tuvo mucho éxito entre los lectores de De Standaard's. Las preguntas se fundamentaban en los programas e ideas de los candidatos. Sobre la base de las respuestas que daban a las diversas preguntas, los participantes podían averiguar con qué candidato encajaban mejor.

ROI



+50.000
partidas

Consejo: A través del uso de contenido interactivo en los artículos, se incrementa de forma significativa el tiempo que el usuario pasa de media en el sitio web, y por lo tanto, aumenta el valor de los espacios publicitarios.

FRANCE TÉLÉVISIONS

France Télévisions es la empresa de televisión pública de Francia y cuenta con 9 canales de televisión públicos. El 5 de febrero de 2018, el grupo lanzó una nueva plataforma digital, France.tv slash, para disponer de contenidos adaptados a los hábitos no lineales de la generación de las redes sociales. Una nueva oferta dirigida a adultos jóvenes basada al 100% en vídeos con series, documentales, entrevistas, animaciones, etc. France.tv slash está disponible en France.tv, así como en varias redes sociales como Instagram, YouTube, Twitter y Facebook.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



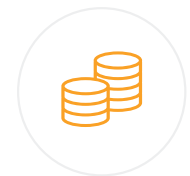
**Se crean
animaciones**



**La audiencia se
involucra y entretiene**



**Se recopilan y
clasifican datos
precisos de los
clientes**



**Se incrementan los
ingresos por patrocinio**
al dotar de mayor visibilidad
a los colaboradores a través
de contenido interactivo de la
marca

EJEMPLO VOTACIÓN

“LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE”

“Les Victoires de la Musique” es una ceremonia francesa de entrega de premios, similar a los Grammy, que galardona a los mejores artistas musicales del año en diferentes categorías (mejor solista femenino y masculino, mejor álbum, etc.). El público elige uno de los premios, en concreto “Mejor canción original del año”, mediante SMS o a través del sitio web de France TV. Desde 2013, France Televisions recurre a Qualifio para gestionar todo el proceso de votación del premio a través de un formato vídeo: todos los videoclips de las canciones se suben dentro de la campaña de Qualifio y el participante puede verlos todos antes de votar a su favorito. Para confirmar la participación, tienen que rellenar un formulario con sus datos de contacto.



RTL BELGIUM

RTL Belgium es una filial de grupo audiovisual RTL líder de mercado de los canales de televisión y emisoras de radio entre los francoparlantes belgas. En Bélgica, el grupo dispone de tres canales que cuentan con más de dos millones de espectadores y con dos emisoras de radio que escuchan diariamente 600.000 oyentes. En cuanto al mundo web, el sitio web del grupo RTLinfo.be registra más de 275.000 visitas a las que se ofrecen, entre otras cuestiones, formatos interactivos.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



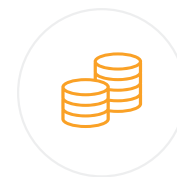
**Impulsa el
*engagement***



**Incrementa el número
de fans y seguidores
en redes sociales**



**Incrementa el número
de suscriptores a la
newsletter y a la creación
de perfiles de RTL**



**Se incrementan los
ingresos por patrocinio**
al dotar de mayor visibilidad
a los colaboradores a través
de contenido interactivo de la
marca

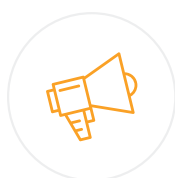
EJEMPLO SORTEO DE PREMIOS “VIAJE A DISNEYLAND PARÍS”

Radio Contact, una de las emisoras de radio belgas de RTL, ofreció una magnífica oportunidad a 180 oyentes. La emisora de radio creó un concurso con premio en el que podía ganarse un fin de semana en Disneyland París y una entrada para la fiesta VIP con el DJ Henri PFR. Para ser una de esas 180 personas, los participantes tenían que contestar correctamente a una pregunta sobre Star Wars y validar su participación introduciendo sus datos de contacto. Radio Contact también recurrió a Facebook, al invitar a los participantes a que le dieran a “Me gusta” en su página de Facebook antes de iniciar el juego.

ROI



53%
opt-ins



19.555
partidas
jugadas



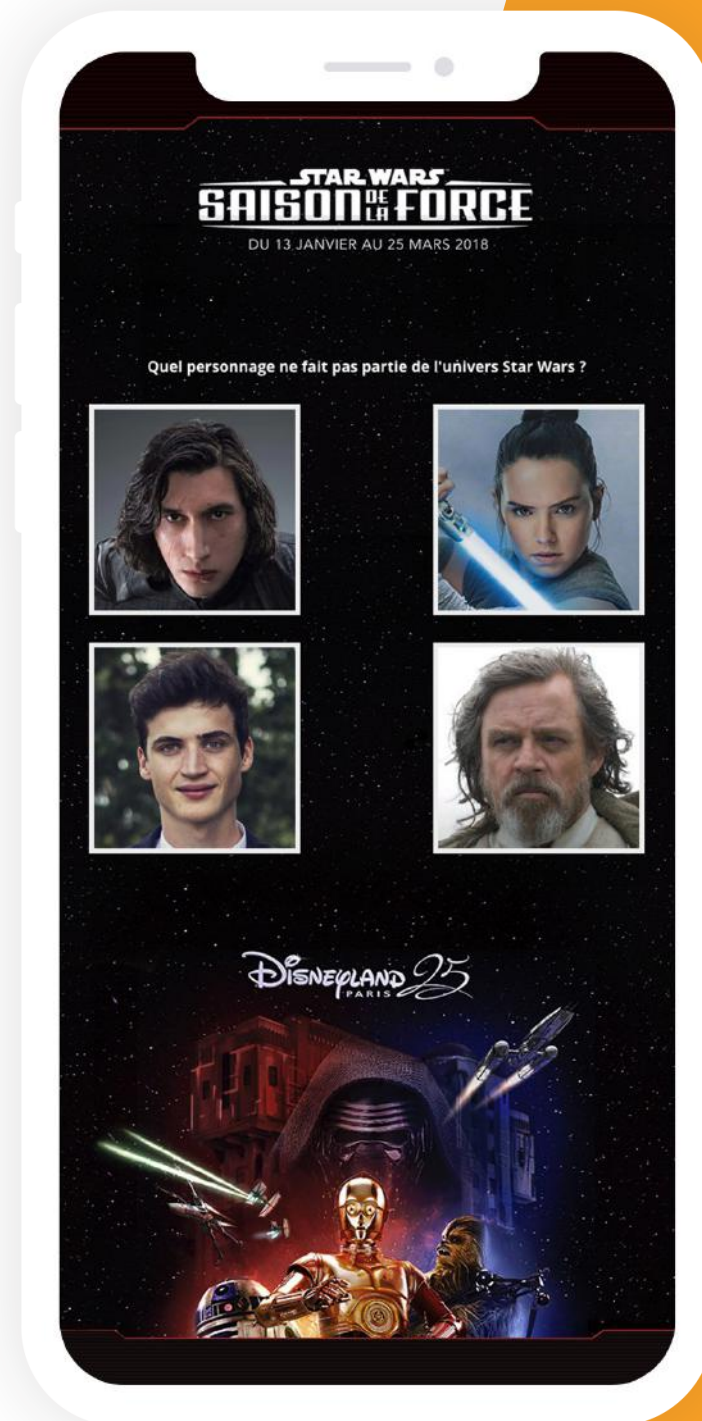
9.387
nuevos perfiles
recopilados



5.119
veces
compartido en
Facebook



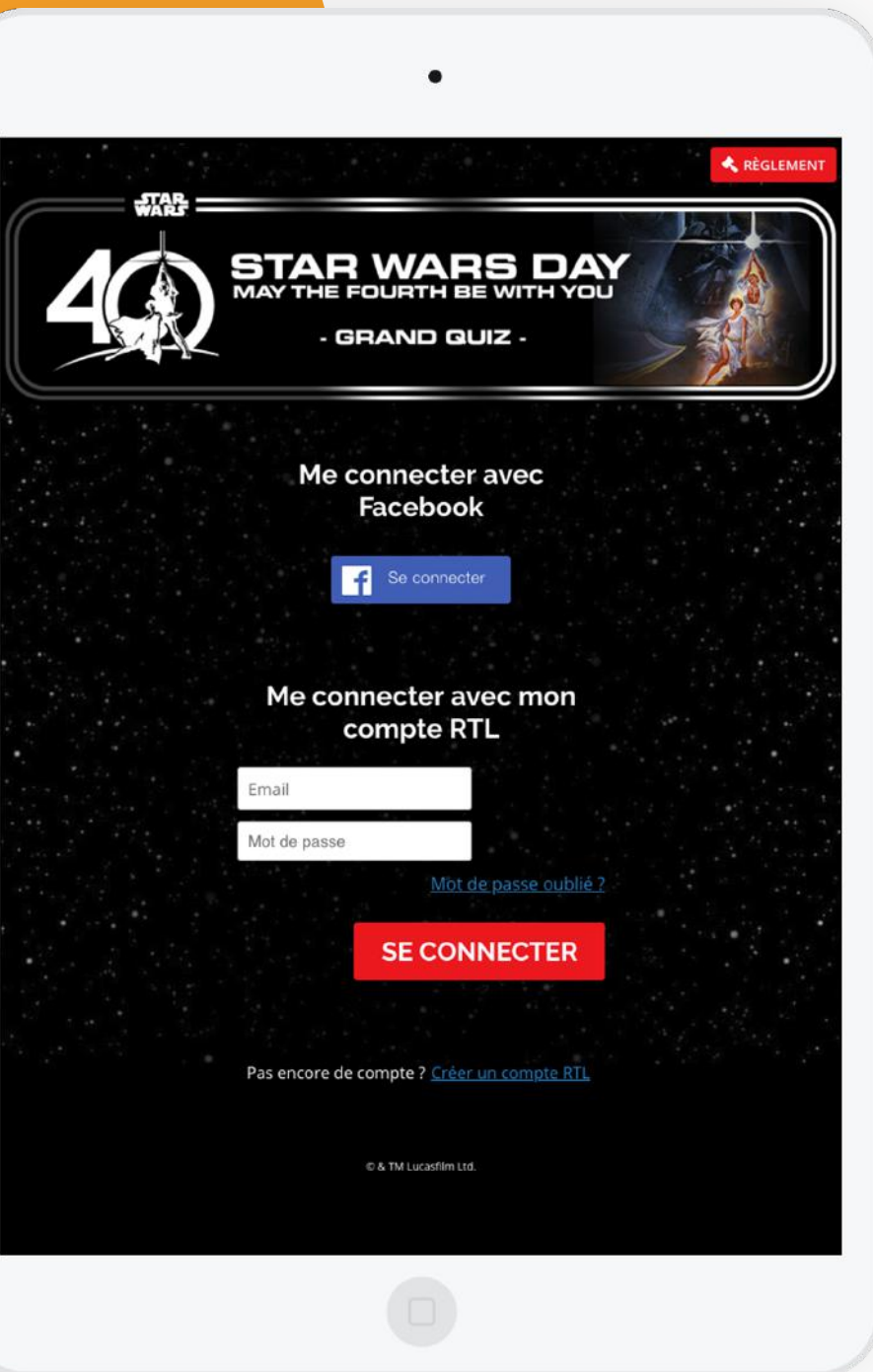
+5.000
seguidores en
Facebook



EJEMPLO DE SISTEMA DE AUTENTICACIÓN ÚNICA (EN INGLÉS, SSO O SINGLE SIGN-ON)

La integración de un sistema de autenticación única en Qualifio supone que cuando una persona ya está registrada en su sitio web a través del sistema de registro propio del cliente, no necesitara introducir sus datos de usuario para cada una de las campañas que se cree. Para identificarse, solo tendrá que introducir la dirección de email y contraseña que utilice para acceder a otras plataformas.

Esto es lo que hizo RTL para su quiz de Star Wars. RTL empleó su propio sistema de SSO, con lo que los usuarios solo tenían que introducir su dirección de correo electrónico y contraseña para participar en el concurso. Aquellos participantes que no disponían de una cuenta RTL, debían abrir una para participar en el concurso, una buena manera de incrementar el número de cuentas de RTL existentes. RTL también empleaba el *social login* (otra forma de SSO) para que los participantes pudieran utilizar sus cuentas de redes sociales existentes para identificarse, en lugar de crear de cero datos de usuario específicos para ese sitio web.





La Radio Televisión Belga francófona es una operadora de radio y de televisión pública independiente. RTBF cuenta con 3 canales de televisión, 5 emisoras de radio y con una amplia presencia en Internet a través de la plataforma de radiodifusión "RTBF AUVIO", varios sitios web temáticos y una presencia significativa en las redes sociales.

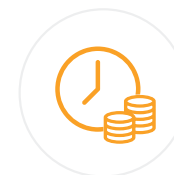
¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



La audiencia se entretiene e involucra



Se recopilan *opt-in* a través de campañas interactivas

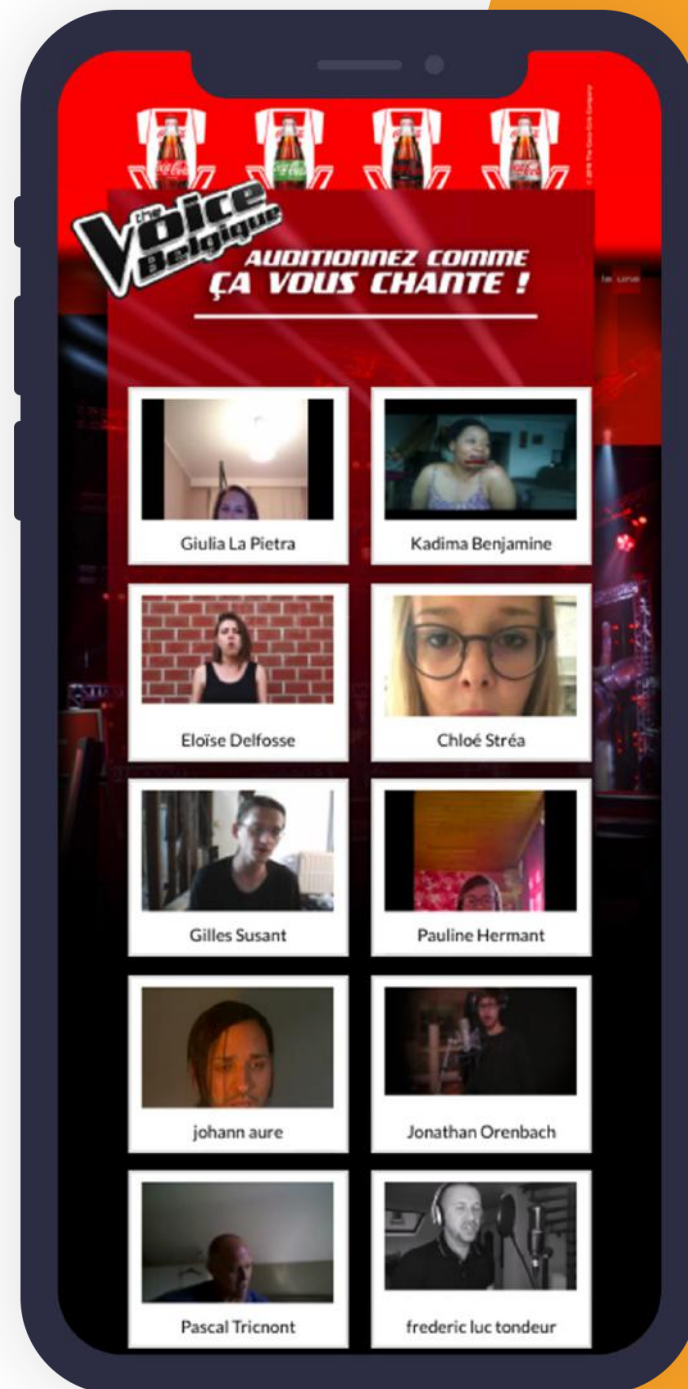
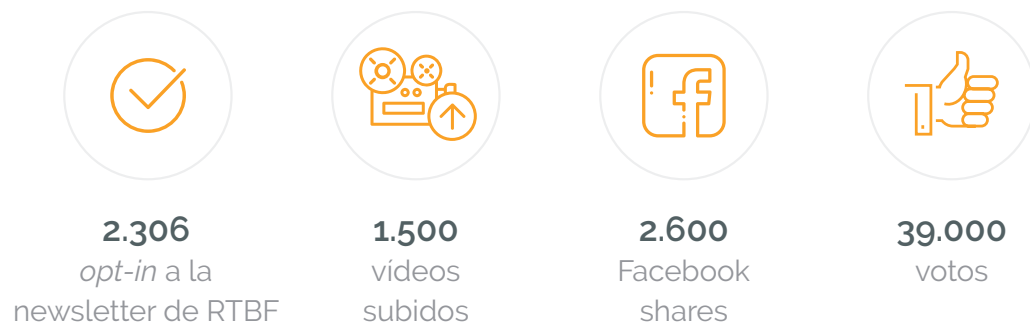


Se ahorra tiempo y dinero mediante soluciones completas

EJEMPLO CONCURSO DE VÍDEO “LA VOZ BÉLGICA: AUDICIONES Y VOTACIONES 2017”

RTBF retransmite el programa “La Voz” para la comunidad francófona de Bélgica. **A las pocas horas de comenzar a usar Qualifo, la RTBF había elaborado todas las páginas, interfaces, formularios y galerías que se requieren para la gestión de los procesos de identificación de aspirantes y votación.** Los aspirantes tenían la posibilidad de registrarse y subir su vídeo a la galería, moderada por RTBF y totalmente integrada en su plataforma. La selección de los aspirantes que actuarían en el programa corría a cargo de un jurado pero el público también podía votar a sus favoritos.

ROI



M6 GROUP

Groupe M6 es un potente grupo audiovisual que ofrece una amplia gama de programas, productos y servicios: televisión, radio así como producción y adquisición de contenidos, publicidad, digital, comercio electrónico, cine, música, eventos, etc. Groupe M6 ha ido incrementando gradualmente sus operaciones a través de actividades diversificadas y específicas y una oferta innovadora como 6play, la plataforma digital que lanzó en 2013. Su objetivo consiste en desarrollar sinergias entre las marcas del grupo para dar respuesta a las expectativas de sus diversas audiencias y sus nuevas preferencias audiovisuales.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



La audiencia se involucra



Se incrementa la visibilidad y la viralidad



Se incrementa el número de suscriptores a la *newsletter*



Se incrementa la fidelidad de los usuarios
usuarios al promover que vuelvan gracias a las actividades de entretenimiento y a la interacción

EJEMPLO CONCURSO

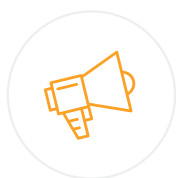
“GANA 15 TELÉFONOS HAIER V6”

M6 lanzó un gran concurso durante 15 semanas. El Grupo elaboró diferentes preguntas para cada semana y limitó la participación, de tal manera que solo se podía jugar una vez por semana. Los participantes tenían que entrar todas las semanas en la campaña para tener más posibilidades de ganar. M6 a menudo crea campañas que duran varias semanas (con diferentes preguntas para cada semana o con preguntas que se publican solo a finales de la semana) para fomentar que quienes participan vuelvan a sus canales.

ROI



5.851
*opt-in a la
newsletter de
Haier*



57.000
partidas
jugadas



12.860
nuevos perfiles
recopilados



2.900
Facebook
shares



Civilité*	☐ Femme ☐ Homme
Email*	
Nom*	
Prénom*	
Adresse*	
Code postal*	
Ville*	
Date de naissance*	jj/mm/aaaa
Téléphone	+33 (0)

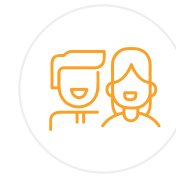
EURONEWS

Euronews es cliente de Qualifio desde principios de 2018. El canal número uno de noticias europeo propone contenidos interactivos a sus usuarios online y anunciantes. Como primer hito de su colaboración, Qualifio ha sido socio técnico de los *European Leadership Awards*, un evento organizado por Euronews y el European Business Summit (EBS) que se celebra en Bruselas el 22 de mayo de 2018.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



Más visibilidad
y viralidad



La audiencia se
involucra



Se crean
animaciones

EJEMPLO VOTACIÓN

“EUROPEAN LEADERSHIP AWARDS 2018”

La campaña permitió a los espectadores y a los usuarios de los sitios web de Euronews y de EBS premiar a los personajes más destacados del mundo empresarial, político y del campo de la innovación mediante la selección online de una breve lista de tres candidatos por categoría, que se presentaba después a un selecto jurado de expertos. Los candidatos iniciales se sometían seguidamente a los equipos editoriales de Euronews y al European Business Summit. Los ganadores fueron galardonados en una ceremonia en Bruselas que se retransmitió en directo por Euronews y euronews.com. Estamos ante una forma buena de incrementar el impacto y la viralidad del evento ya que el público potencial que se alcanza es muy elevado.

ROI
(IN JUST
2 WEEKS)



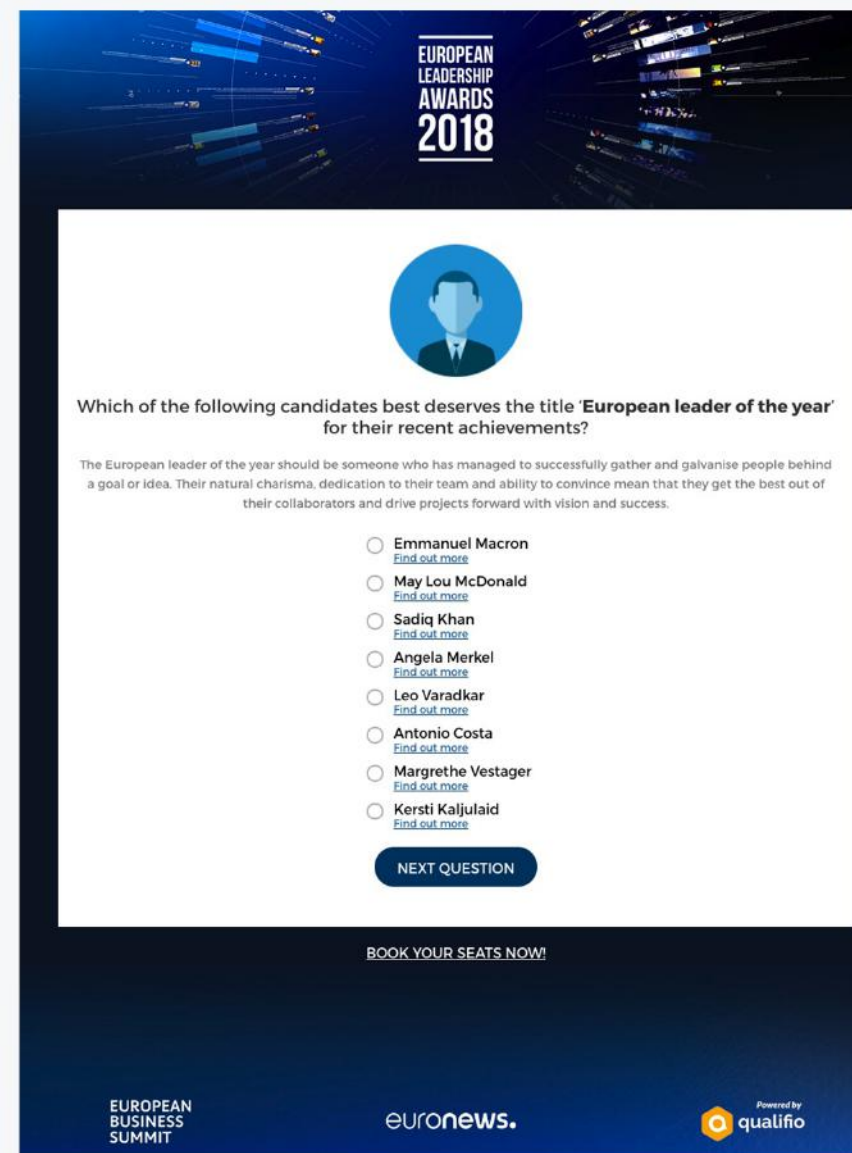
Más de 22.500
participantes
únicos



49%
opt-in a la
newsletter de
Euronews



301.004
páginas visitadas



#3 EL PAÍS

El País es uno de los principales periódicos generalista en España y que pertenece al grupo de comunicación PRISA. El diario ha incrementado su compromiso con los contenidos digitales a través, entre otras cuestiones, de una nueva plataforma destinada a contenidos en vídeo, El País Video. Se trata del medio de comunicación de noticias más influyente en lengua española en Internet. Para involucrar a sus lectores, El País recurre a contenidos interactivos.

¿POR QUÉ EMPLEA EL MARKETING INTERACTIVO?



**Aumenta
la fidelidad**



**Se crean
animaciones**



**Se fomenta la
creación de cuentas**



**La audiencia se
involucra e incrementa
el tráfico**

EJEMPLO CUESTIONARIO CON ACUMULACIÓN DE PUNTOS “SAPIENS”

Para incrementar la fidelidad de sus lectores, *El País* lanzó un cuestionario en el que se podían ir acumulando puntos durante el verano. Cada día, los usuarios debían entrar en la página de Facebook o en el sitio web de *El País* y responder de nuevo al cuestionario, que planteaba nuevas preguntas con las que acumular más puntos. *El País* empleó su propio sistema único de autenticación (en inglés, SSO o authentication system) con lo que los usuarios solo tenían que introducir su dirección de email y contraseña para participar en el cuestionario. Aquellos usuarios que no tenían cuenta en *El País*, tuvieron que crear una para participar en el juego, una buena manera de incrementar el número de cuentas de *El País*.

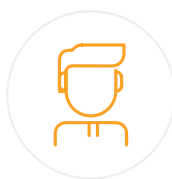
ROI



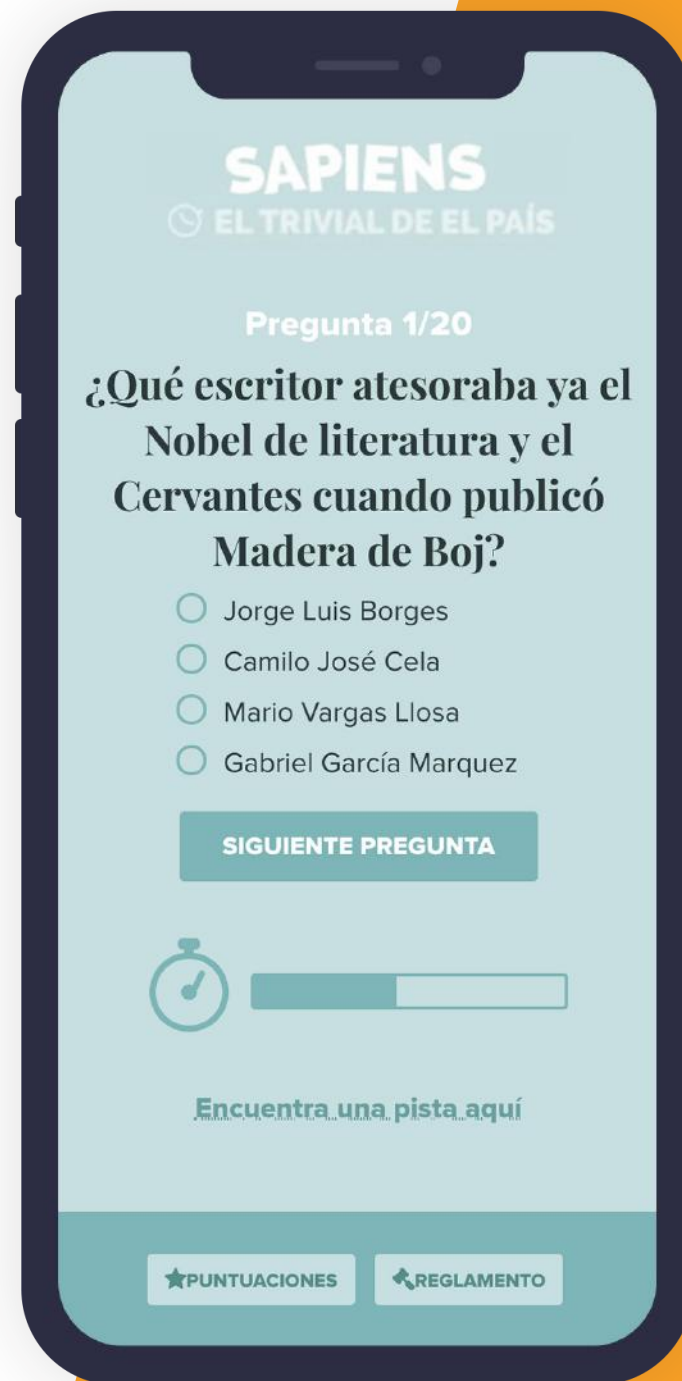
32.678
jugadores



6.099
nuevos perfiles
recopilados



Estabilización del número
de cuentas creadas a pesar
de que el verano es un
periodo de escasa actividad



MÁS EJEMPLOS DE NUESTROS CLIENTES



LE FIGARO · fr | Actu | Economie | Sport | Culture | Lifestyle | Madame | Editions abonnés | Figaro Store | FigaroTV | Santé | Etudiant | FigaroChic.cn | Histoire | Bourse | N

LE FIGARO · fr
télé avec TV

En Direct Magazine

News Séries **Le Scan Télé** Vidéos Programmes TV Horoscope +

Suivre Recherche

J'aime 60 Tweet 0

LE FIGARO · fr télé avec TV

Quel héros de série TV êtes-vous ?

Êtes-vous plutôt Daredevil ou Daenerys Targaryen ?
Phil Dunphy ou Piper Chapman ?

JEU-CONCOURS

À GAGNER :

Du 1^{er} prix au 4^{ème} prix :

L'intégrale des 8 saisons
de la série Dr. House
en DVD

Prénom * :

Nom * :

Code postal :

E-mail * :

☐ Je souhaite recevoir la grille et la sélection des programmes TV du jour

Envoyer

Règlement



Doctissimo

ACTUALITÉS SPORTS MA VILLE CULTURE & LOISIRS VIDÉOS PHOTOS YOU LA PARISIENNE ÉTUDIANT PRATIQUE ABONNÉS

Rechercher sur le site OK

Le Parisien

Abonnez-vous : à partir de 1€

IMMOBILIER AUTO IMMOBILIER D'ENTREPRISE SHOPPING ANNONCES MÉTÉO CIRCULATION COLOCATION BOUTIQUE MARCHÉS PUBLICS PUBLIEZ VOTRE ANNONCE

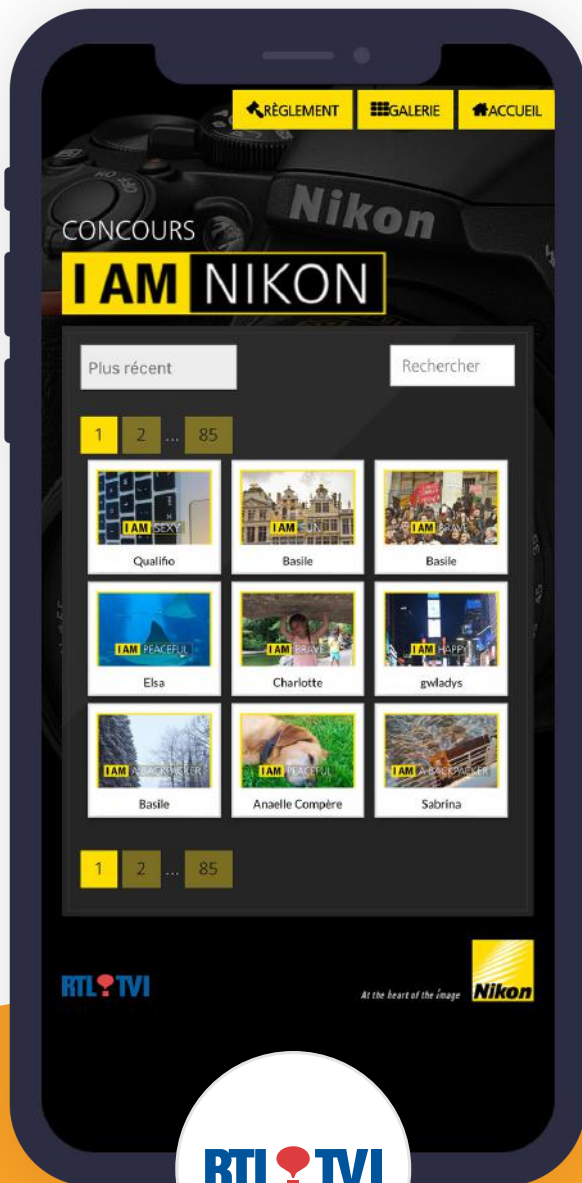
Partager Tweet 3+ 0

HITS DE L'ÉTÉ
SELON
Le Parisien

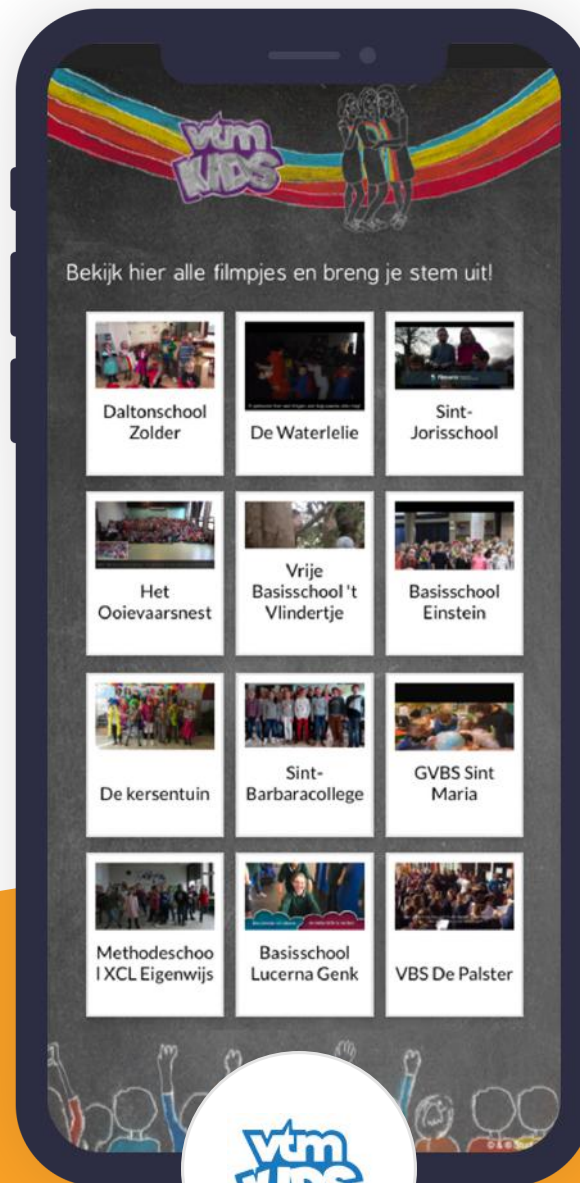
Ecoutez et sélectionnez vos 5 chansons préférées :

Shakira - Waka Waka (This Time For Africa) (Featuring Freshyground)	Boney M. - Sunny
Los Del Rio - Macarena	Pink - Get the Party Started
Maître Gims - Bella	The Jacksons - Blame It On The Boogie
Britney Spears - I Wanna Go	Cyndi Lauper - Girls Just Wanna Have Fun
Sean Kingston - Beautiful Girls	The Ting Tings - Shut Up And Let Me Go
Los Del Rio - Macarena	MGMT - Kids
Maître Gims - Bella	The Jacksons - Blame It On The Boogie
Britney Spears - I Wanna Go	Cyndi Lauper - Girls Just Wanna Have Fun
Sean Kingston - Beautiful Girls	The Ting Tings - Shut Up And Let Me Go
Los Del Rio - Macarena	MGMT - Kids
	The Jacksons - Blame It On The Boogie

Le Parisien



RTL TVI



vtm KIDS



LE SOIR



Pregunta 1/7

¿Qué crees que piensan los demás cuando ven tu cocina por primera vez?



- ☐ Me suelen decir que es bonita y acogedora. Siempre está ordenada.
- ☐ ¡Creen que es muy original!
- ☐ Procuro no enseñar a mis invitados la cocina.

SIGUIENTE PREGUNTA

Services
Newsletters
Montres
Auto
Vin
Phébé
Le Point Pop
f
t
Q
Identifiez-vous
Abonnez-vous

MENU
Le Point

Politique
International
Économie
Tech & Net
Culture
Débats
Sciences
Santé
Sports
Lifestyle
Afrique
Vidéos
Abonnés

Le Point

f
t
G
Réglement

Jeu-concours
Cap sur l'océan Indien cet hiver !






Tentez de gagner un séjour d'exception pour deux personnes à l'île Maurice avec Air Mauritius et dans le décor de rêve de l'hôtel cinq étoiles luxe Maradiva Villas Resort & Spa.

Valeur: 5 340€





À gagner :

5 nuits en demi-pension au Maradiva Villas Resort & Spa
2 billets A/R avec la compagnie Air Mauritius à direction de l'île Maurice

Pour connaître les détails de l'offre, rendez-vous en bas de la page (*).

À vous de jouer !

Pour participer, merci de renseigner le formulaire ci-dessous :

Genre*
☐ Monsieur

lepoint.fr

LE SOIR
18° min 9°
-0.52% BEL 20 03/10 14-16
221 km

Actu
Sports
Culture
Économie
Débats
Blogs
Images
Victoire
Mag
Le Soir+

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE 2016

VS




Merci d'avoir participé à notre test.

Consultez tous nos articles [sur la présidentielle américaine dans notre dossier.](#)


Vous êtes plutôt Clinton
50 %


Vous êtes plutôt Trump
50 %

USA

LE SOIR



Win een Rode Duivels Fan Flight beleving naar Rusland!

Inspireer de Rode Duivels op weg naar Rusland en kies welke iconische momenten een plek verdienen aan boord van Brussels Airlines' Trident.

Brussels Airlines zal onze Rode Duivels inspireren op weg naar Rusland - aan boord van het officiële Rode Duivels-vliegtuig de Trident. Als lezer van HLN beslis jij exclusief welke stukjes Belgische voetbalgeschiedenis vereeuwigd worden in het vliegtuig.

Stem uitgebracht? Dan maak je kans om zelf mee te vliegen naar Sochi om onze Rode Duivels aan te moedigen.

De foto's met de meeste stemmen uit elke van deze 5 categorieën gaan mee aan boord:



[Uit de oude doos](#)



[De gouden jaren](#)



[De huidige generatie](#)

LO QUE DICEN NUESTROS CLIENTES...

"Nuestra campaña fue un enorme éxito, en gran parte gracias a que la mecánica del juego resultaba muy adictiva. Además, no limitamos en absoluto la participación, con lo que los datos fueron bastante sorprendentes: imás de 210.000 participantes y 1.500 cuentas creadas en apenas tres semanas!"

— Virgine Proteau, Subdirectora de digital en Gulli



"Teníamos que ser capaces de crear formatos de forma intuitiva, para así poder superar el tiempo de desarrollo. Es un tiempo que no nos podemos permitir desperdiciar en el entorno informativo vertiginoso de hoy día."

— Andy Stevens, Editor de proyectos especiales en De Standaard

"Trabajar con Qualifio en este proyecto resultó sencillo, eficiente y económico. Nos resultó muy fácil elaborar las interfaces y los formularios y los participantes podían subir sus vídeos a una página concreta masivamente. Trabajar desde una plataforma online fue sencillo, rápido y económico"

— Marie-Paule Lemmens, a cargo del proyecto "La Voz" en RTBF



"En Euronews, como en todos los grandes medios de comunicación, uno de los retos a los que nos enfrentamos consiste en ofrecer formatos adaptados a los nuevos modos de consumo de la información de nuestras audiencias. Todo ello supone en primer lugar y en completo acuerdo con nuestro posicionamiento ALL VIEWS, ofrecer, en nuestros soportes digitales, interacciones que concedan el uso de la palabra a quienes nos visitan, a través de diversos tipos de formatos interactivos tales como encuestas. Y esto es lo que Qualifio nos va a ayudar a hacer y lo que nos permitirá seguir ofreciendo información de calidad que además sea más dinámica, interactiva y todavía más accesible a más personas."

— Youva Bouzidi, Head of Digital Products at Euronews



¿QUÉ ES QUALIFIO?

Qualifio es la principal plataforma de marketing interactivo y recopilación de datos en Europa. Permite a los medios, marcas y agencias crear y publicar de forma sencilla contenidos interactivos para páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Los cuestionarios, concursos, encuestas, test, juegos de animación y otros más de 40 formatos innovadores les permiten recopilar datos e incrementar, captar, clasificar, segmentar y monetizar sus audiencias digitales.

¿CÓMO FUNCIONA?



Crear

Elige tu campaña interactiva entre más de 40 formatos, totalmente personalizables y sin desarrollo extra



Publicar

Fácil de publicar en tu página web, aplicaciones móviles y redes sociales



Obtener resultados

Se pueden visualizar y extraer los datos y resultados de campañas a tiempo real



Segmentar y monetizar

Puedes integrar la plataforma a tus herramientas de marketing y datos (CRM, DMP, SSO, Analytics, etc.)

www.qualifio.com

SOLICITA UNA DEMO

Solicita una demo con ejemplos de clientes a tiempo real

SOLICITA UNA DEMO

¿Necesitas más información antes?

CONTÁCTANOS

¿Deseas recibir más contenido como este? **Suscríbete a nuestra newsletter** – recibirás en tu bandeja de entrada consejos de expertos, casos de éxito, recomendaciones sobre el RGPD, vídeos, seminarios web gratuitos y otros contenidos premium.



www.qualifio.com