

A dark, blue-tinted background image showing a person's hands interacting with a laptop. One hand is pointing at the screen, while the other is on the trackpad. The laptop is open, and the screen displays some content, though it's not clearly visible. The overall tone is professional and tech-oriented.

**Wie Vocento mehr als 50% seiner registrierten
Nutzer mit Qualifio generiert**



qualifio & **vocento**

Kontext

Vocento ist das **führende multimediale Kommunikationsunternehmen** Spaniens. Dank der Stärke seiner Marken verfügt Vocento über eine starke Präsenz in der Informations- und Unterhaltungsbranche : Presse, Beilagen, Zeitschriften, Fernsehen, Radio, audiovisuelle Produktion, Filmvertrieb und Internet auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene.

ABC

EL DIARIO VASCO

mujerhoy

LA VERDAD

IDEAL

Seit mehr als zwei Jahren nutzt Vocento die Qualifio-Plattform, um **3 Arten von Nutzern** anzusprechen, nämlich **anonyme**, **potenzielle** und **registrierte Nutzer**. Mit Gamification und Datenerfassung versucht das Unternehmen, zwei Hauptziele zu erreichen: die Vergrößerung **der Datenbank der registrierten Nutzer** und deren **Segmentierung**.



"Für unsere überregionale Tageszeitung ABC haben wir über 50 % unserer monatlichen registrierten Nutzer dank der Aktionen, die wir mit der Qualifio-Plattform umsetzen, gewonnen. Allein ABC hat in diesem Jahr bisher 500 Aktionen durchgeführt."

Laura Velasco

Leiterin der Nutzerstrategie @ Vocento



Das aktuellste Thema in der Medienbranche ist derzeit der unerwartete Anstieg der bezahlten Abonnements. Die großen Zeitungen sind zu einem Modell übergegangen, bei dem die Inhalte nur für zahlende Abonnenten zugänglich sind, und sammeln 100 % digitale Abonnenten an. Um sich an dieses neue Geschäftsmodell anzupassen, will Vocento sein Wissen über die Zielgruppe verbessern, nicht nur um maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen, sondern auch um seinen Nutzern zum richtigen Zeitpunkt relevante Werbung anbieten zu können. Und genau hier kommt Qualifio ins Spiel und wird zu einem wichtigen Partner.



DIE VERSCHIEDENEN ARTEN VON NUTZERN VON VOCENTO



Anonyme Nutzer: Ihr Verhalten auf der Website wird über einen Cookie registriert. Wenn sie innerhalb von 90 Tagen nicht auf die Website zurückkehren, werden alle ihre Informationen gelöscht.



Interessenten: Die einzigen persönlichen Daten, die bekannt sind, sind ihre E-Mail-Adressen. Das Surfen des Interessenten in den Medien ist ähnlich wie bei einem anonymen Nutzer, nur dass es nicht nach drei Monaten verschwindet.



Registrierte Nutzer: Sie sind eingeloggt, Vocento kennt ihre Daten und ihr Online-Verhalten. Die nächste Herausforderung besteht darin, sie in bezahlte Abonnenten zu verwandeln.

Die Herausforderung

Vocento ist eine Gruppe, die sich aus vielen verschiedenen Medien zusammensetzt. Sie brauchten ein Tool, das für alle geeignet und einfach zu bedienen ist.



Die Besucher müssen **segmentiert werden**: Geschlecht, Alter, Interessen, Vorlieben,;



Monetarisierung ihrer Besucherdatenbank;



Generieren Sie identifizierte Registrierungen;



Loyalität und Bindung der Besucher zu steigern, damit sie zum Medienhaus zurückkehren;



Integrieren Sie das neue Tool mit den internen Tools von Vocento: alle Tools müssen miteinander kommunizieren (DMP, SSO, Marketing Automation,...).

Die Lösung

Mit Qualifio verfügt Vocento nun über ein Werkzeug, um interaktive Marketingkampagnen zu erstellen und qualifizierte und relevante Daten über seine Zielgruppen zu sammeln. Die gesammelten Informationen werden verwendet, um sie anschließend zu segmentieren und ihnen personalisierte Nachrichten zu senden.

1. Segmentierung der Besucherdatenbank

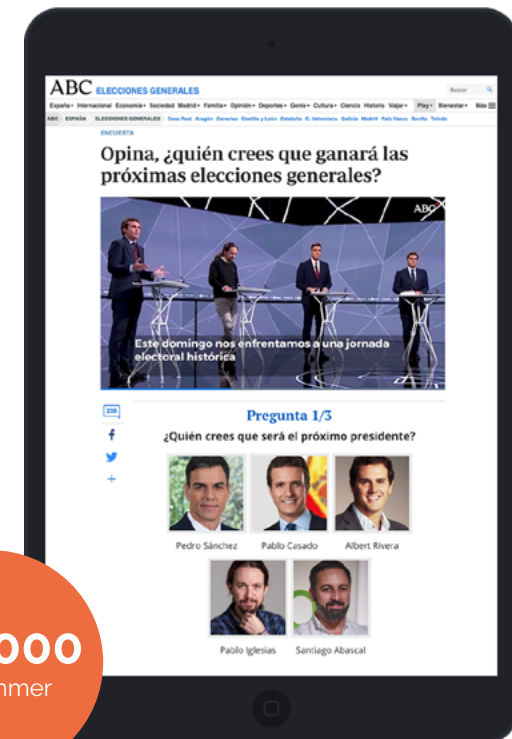


ANONYME NUTZER:

Geschlecht und **Alter** werden in interaktiven Kampagnen über ein Formular abgefragt. Alle diese Informationen werden dann dank der Integration zwischen den Tools an die **DMP** von Vocento gesendet. Aufgrund der gesammelten Informationen über sein Publikum kann Vocento nun Anzeigen zu einem höheren Preis verkaufen, die besser auf die Zielgruppe abgestimmt werden können. .

Ein Beispiel: Vocento weiß, dass sich Menschen eines bestimmten Alters für Politik interessieren, weil sie an einem Quiz zur Wahldebatte im November teilgenommen und auch den Politikbereich der Website besucht haben.

Kampagne für die Wahldebatte
in Spanien am 10. November



142.000
Teilnehmer



INTERESSENTEN:

Der Besucher nimmt mit seiner E-Mail an einer interaktiven Kampagne teil und gibt sein Einverständnis über ein Opt-in, das es dem Medienunternehmen ermöglicht, anschließend personalisierte E-Mails zu versenden.

Alle **gesammelten Informationen** (über Interessen, Vorlieben, Teilnahme an Kampagnen usw.) werden dann an das Marketing-Automatisierungs-Tool gesendet, um die verschiedenen Zielgruppen zu segmentieren. An jedes dieser Segmente werden dann personalisierte und gezielte Mitteilungen gesendet.



REGISTRIERTE NUTZER:

Die erforderlichen Daten (Vorname, Nachname, Alter, E-Mail-Adresse, Geschlecht usw.) werden über ein **Registrierungsformular** erhoben. Im Austausch für diese Daten bieten die Medien den Teilnehmern eine Belohnung an (einen Rabatt, ein Geschenk usw.). Nach der Registrierung auf der Website können sie dann über eine **SSO-Integration** denselben Benutzernamen für die Teilnahme an den Kampagnen verwenden, die mit der Qualifio-Plattform erstellt wurden.

STAR WARS-WETTBEWERB:

10.100

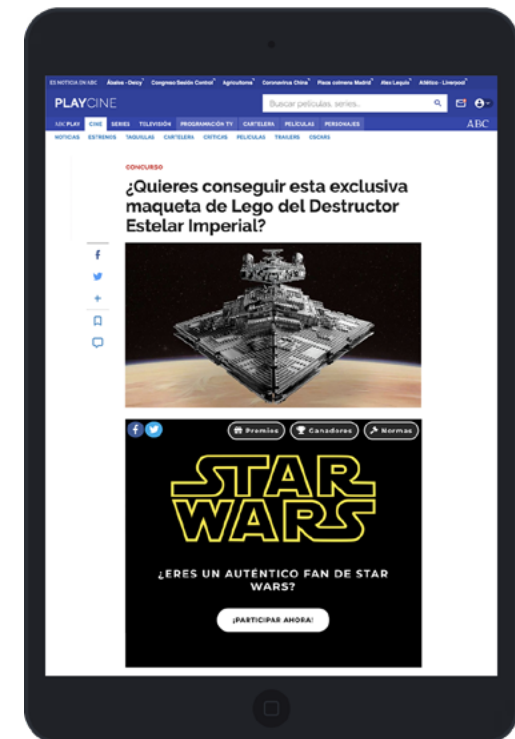
Beteiligungen

5.877

Teilnahmen

13,5%

CTR



2. Monetarisierung der Datenbank



Die **beliebtesten Kampagnenformate**, die eine höhere Segmentierung ermöglichen, werden an Werbetreibende verkauft;



Mit segmentierter Werbung hat Vocento eine größere **Wirkung** auf anonyme oder registrierte Nutzer;



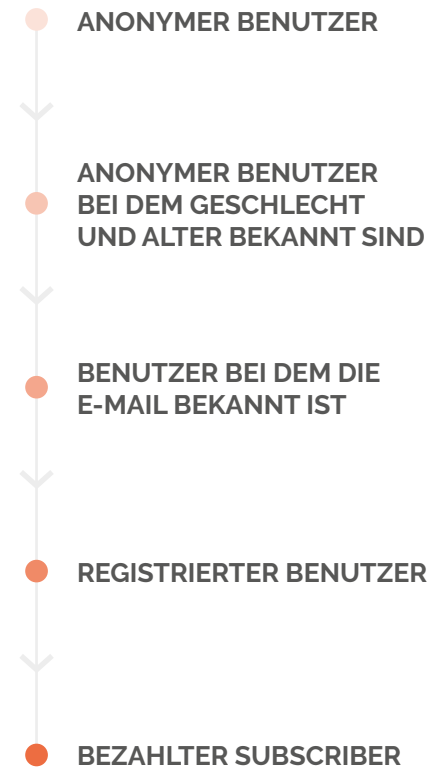
Vocento erhöht die Zahl der **bezahlten Abonnenten**.



"Für uns ist der Erwerb von Registrierungen bereits ein Gewinn für das Unternehmen. Ich habe eine Datenbank, die ich nutzen kann und an die ich schließlich etwas verkaufen kann: Abonnements, Werbekampagnen, etc."

Laura Velasco

Leiterin der Nutzerstrategie @ Vocento



3. Loyalität und Bindung

Vocento bindet seine interaktiven Kampagnen direkt in Artikel ein, die von der Redaktion mit einem iframe geschrieben werden. Diese Art von Kampagnen zieht eine höhere Anzahl von Teilnehmern an und erhöht die Kundenbindung. Sie erhöhen auch die Markenloyalität.

4. Integration mit den Tools von Vocento

Vocento hat die Qualifio-Plattform mit seinen Marketing- und Datentools (CRM, DMP, SSO, etc.) verbunden. Alle Daten, die über die Plattform gesammelt werden, werden an die Tools gesendet.

Warum Qualifio?

Vocento hat sich aus verschiedenen Gründen entschieden, mit der Qualifio-Plattform auf Gamification und Datenerfassung zu setzen:



Die Benutzerfreundlichkeit des Tools;



Vielfältige **interaktive Formate** (Quiz, Persönlichkeitstest, Battle usw.);



Interaktive Formate sind süchtig machend und freizeitorientiert;



Datenerhebung nach DSGVO-Standards;



Die einfache **Integration** mit anderen Tools;



Die **einfache Verwaltung** verschiedener Benutzerkonten mit unterschiedlichen Rollen und Zugangsstufen zur Plattform.

Positive Auswirkungen auf die Arbeitsmethodik

- Jedes Medium ist nun in der Lage, seine Datenbank **zu monetarisieren**, das Publikum an sich **zu binden** und **die Zahl der registrierten Besucher** dank der Gamification **zu erhöhen**.
- Die Redaktions- und Verkaufsteams arbeiten jetzt zusammen. Die in die Artikel der Journalisten integrierten Kampagnen generieren nicht nur **Traffic**, sondern auch **Daten**, die beide Teams auswerten können.
- Die kleineren Medien von Vocento nutzen die von den großen Medien über die Qualifio-Plattform erstellten Aktionen und passen sie für ihre Zielgruppen an.

Fordern Sie eine Demo an und erfahren Sie, wie Sie Ihre anstehenden Kampagnen schnell erstellen und starten können

EINE DEMO ANFORDERN



Was ist Qualifo?

Qualifo ist Europas branchenführende SaaS-Lösung für interaktives Marketing und Datenerfassung. Es ermöglicht Ihnen, interaktive Inhalte (Quiz, Persönlichkeitstests, Umfragen und über 50 andere innovative Formate) auf allen Ihren digitalen Kanälen ganz einfach zu erstellen und zu veröffentlichen und dadurch Daten über Ihr Publikum zu sammeln, um es besser einzubinden, einzustufen, zu segmentieren und zu monetarisieren.

Wie funktioniert es?



ERSTELLEN

Wählen Sie Ihre interaktive Kampagne aus und passen Sie sie ohne zusätzliche Entwicklungsarbeiten an



VERÖFFENTLICHEN

Veröffentlichen Sie Ihre Kampagne ganz einfach auf Ihren Websites, mobilen Apps, sozialen Netzwerken oder auf einer speziellen Miniseite



DATEN SAMMELN

Führen Sie dank einer Reihe spezieller Funktionen DSGVO-konforme Datenerfassungskampagnen aus



ERGEBNISSE ERHALTEN

Visualisieren und extrahieren Sie gesammelte Profile und Kampagnenstatistiken in Echtzeit



SEGMENTIEREN UND MONETARISIEREN

Verbinden Sie die Plattform mit Ihren Marketing- und Datentools (CRM, DMP, SSO, E-Mail, Automatisierung, Analytics usw.)

