SINDYK

INVESTIGACIÓN MEJORES PRÁCTICAS EN SITIOS MÓVILES

EXPERIENCIA DE USUARIO, CONSUMO CONTENIDO Y PERMANENCIA

AGOSTO 2018

Para ser el mejor, debes analizar lo que hacen los mejores.

Identificamos las 50 mejores prácticas de los sitios móviles más relevantes en contenido y medios en el 2018.

SINDYK

¿Cuál es el objetivo de esta investigación?

Identificar los elementos que le permitan a un usuario:

- **Tener una mejor experiencia de navegación** en un sitio móvil de contenido/medios.
- Invitar a **consumir más contenido y/o compartirlo.**
- **Permanecer más tiempo** en el sitio.

Todos estos elementos deberán convertirse en mayor exposición de la pauta móvil y, por lo tanto, en incremento significativo del revenue en el medio.

SINDYK

Bonus Track

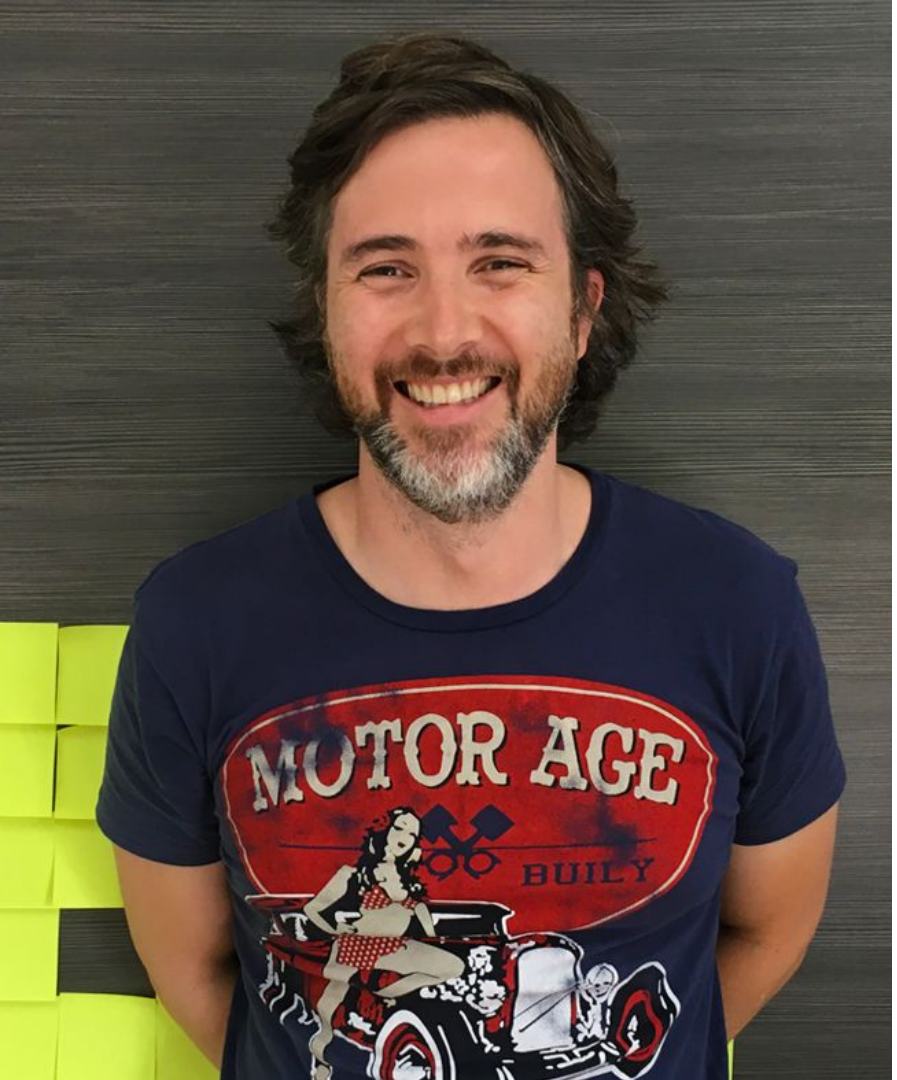
(Elementos destacables que permiten aumentar la experiencia y mejorar la monetización)

- La importancia de la marca (extensión)
- Fakenews (como minimizar)

Sitios móviles analizados

1. Bloomberg
2. Business Insider.
3. NY Times.
4. Techcrunch.
5. Forbes.
6. El Pais.
7. Wall Street Journal.
8. Fast Company.
9. Mashable.
10. Fortune.
11. CNNMoney
12. Harvard Business Review
13. The Next Web.
14. Yahoo News
15. Time
16. Venture Beat
17. INC
18. Wired
19. Gizmodo
20. Le Figaro
21. Miami Herald
22. Washington Post
23. Cincodias
24. USA Today
25. BBC News
26. O Globo
27. Marca
28. Financial Times
29. Angeles Times
30. The Economist

SINDYK



Darío Palacio

CEO & Founder

14 años en el mundo digital creando, definiendo y ejecutando gran cantidad de proyectos, todos con base tecnológica. Ha colaborado con empresas multinacionales como Unilever, Movistar, Renault, Microsoft y startups con Silicon Valley, Singapur, España y Colombia.

https://www.linkedin.com/in/dariopalacioisaza/

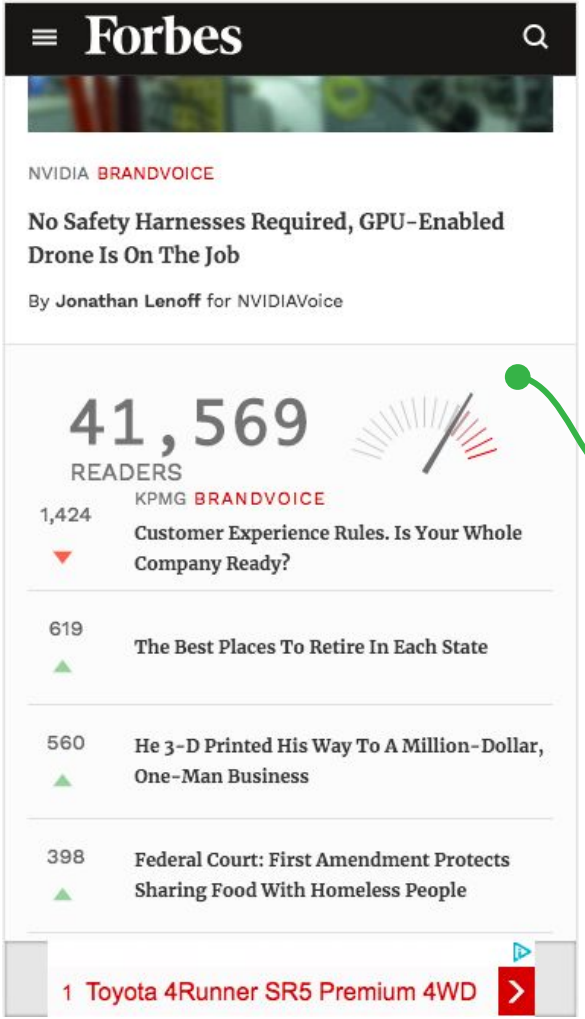
SINDYK

1. Mejor experiencia para el usuario (*)
2. Aumentar consumo de contenido/compartir (*)
3. Mayor permanencia en el sitio (*)
4. Bonus Track (*)

SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

SINDYK

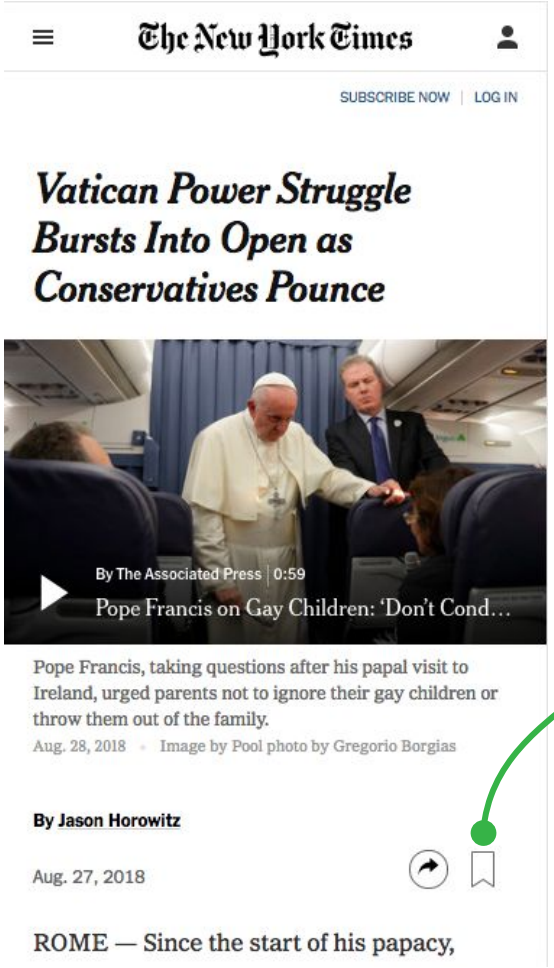


Mejor experiencia para el usuario

Hay que dejar con mucha claridad y contundencia qué es lo que está pasando y qué es lo que se está moviendo en noticias.

1. Forbes utiliza unos elementos gráficos muy visuales sobre “el calor” e impacto de las noticias. Esto hace que si o si el usuario se interes más por un tipo de noticias.

SINDYK

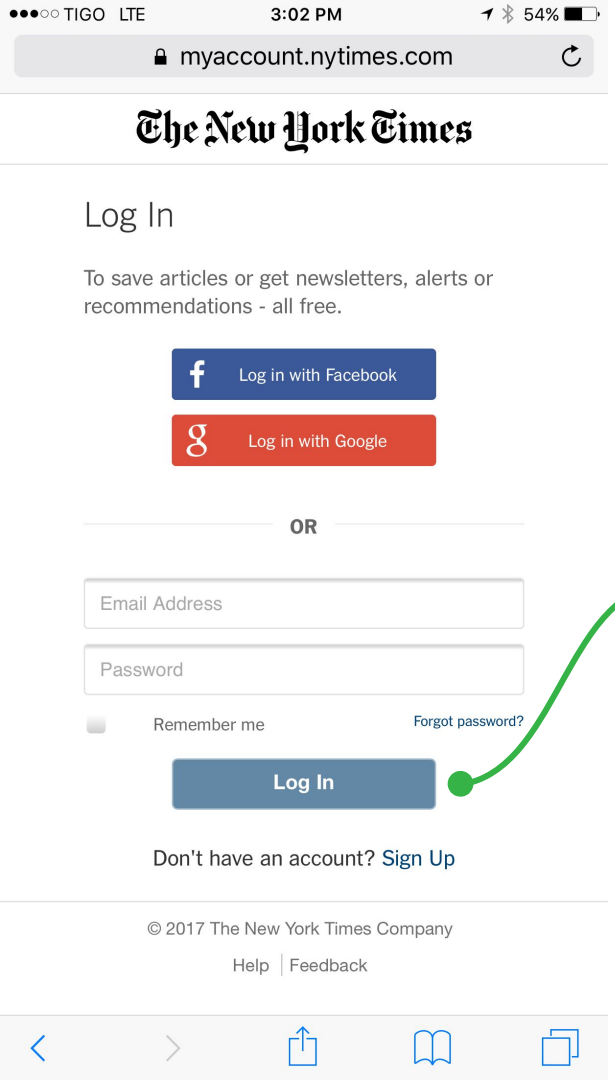


Mejor experiencia para el usuario

Con la posibilidad de poder consumir el contenido que de verdad interesa en el momento que el usuario pueda.

2. El New York Times permite al usuario poder guardar un artículo en la cuenta personal para luego ser consumido cuando el usuario pueda hacerlo. Una acción sencilla pero altamente interesante de incentivar la creación de la cuenta en el medio.

SINDYK



Mejor experiencia para el usuario

Reforzar y generar el valor de tener una cuenta propia.

3. El New York Times refuerza y empuja al usuario a ir creando una cuenta propia a través de elementos que puedan generarle valor y relevancia.

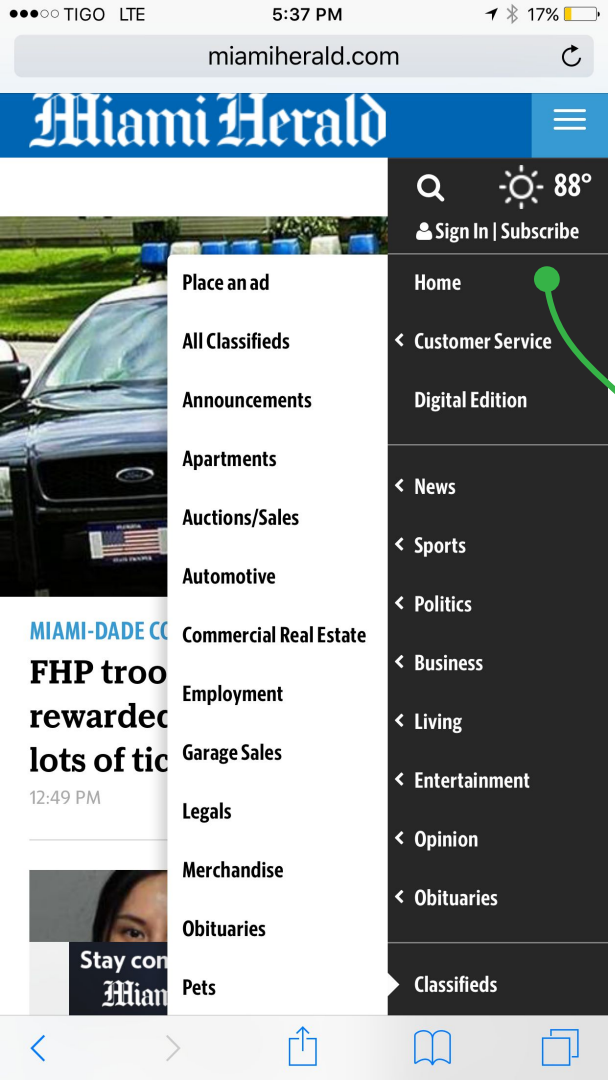
SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

Ayudar a organizar el contenido para leerlo después, permite que que el usuario siempre quiera estar en contacto con el medio.

4. Gizmodo genera un listado de bookmarks predefinido, haciendo que el usuario pueda clasificar y archivar su contenido de una manera muy fácil y sencilla.

SINDYK

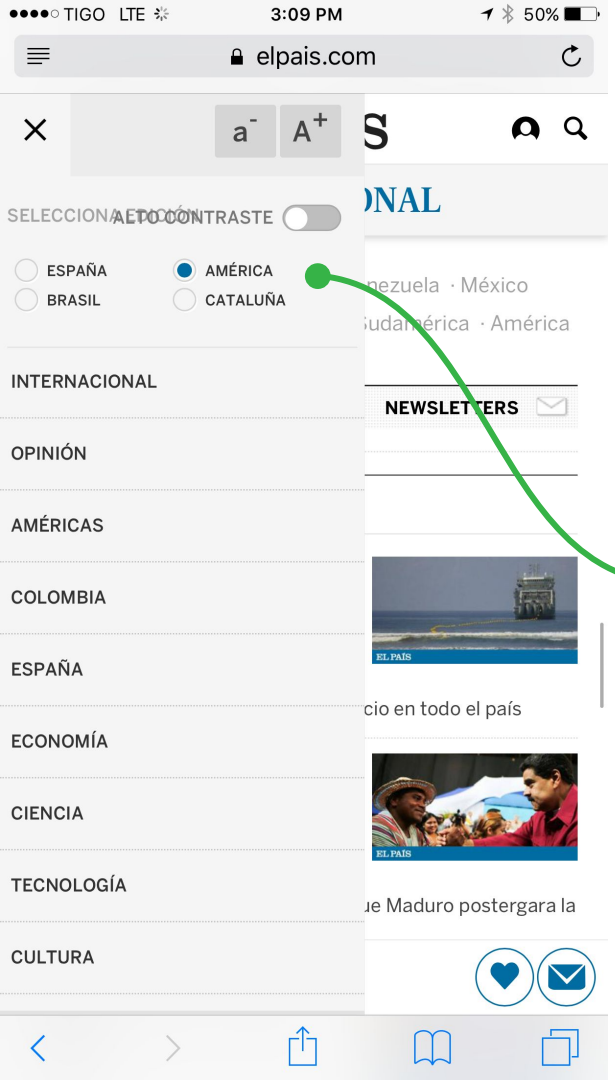


Mejor experiencia para el usuario

Aprovechar los despliegues del menú principal para organizar correctamente la información relevante y organizar correctamente las categorías y subcategorías.

5. Miami Herald despliega un menú muy completo y comprensible a la vista del usuario sin mucho esfuerzo.

SINDYK

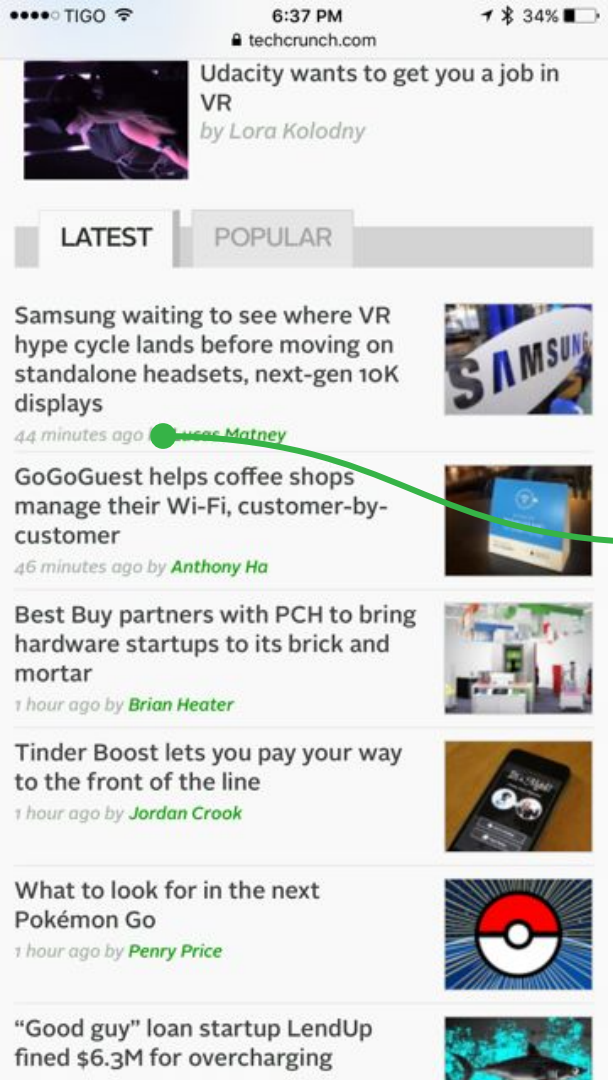


Mejor experiencia para el usuario

Personalizar el contenido según la zona geográfica.

6. El País aprovecha el espacio que le ofrece el menú para permitirle al usuario seleccionar la preferencia de categorización de su contenido según su zona geográfica de preferencia o de acceso.

SINDYK

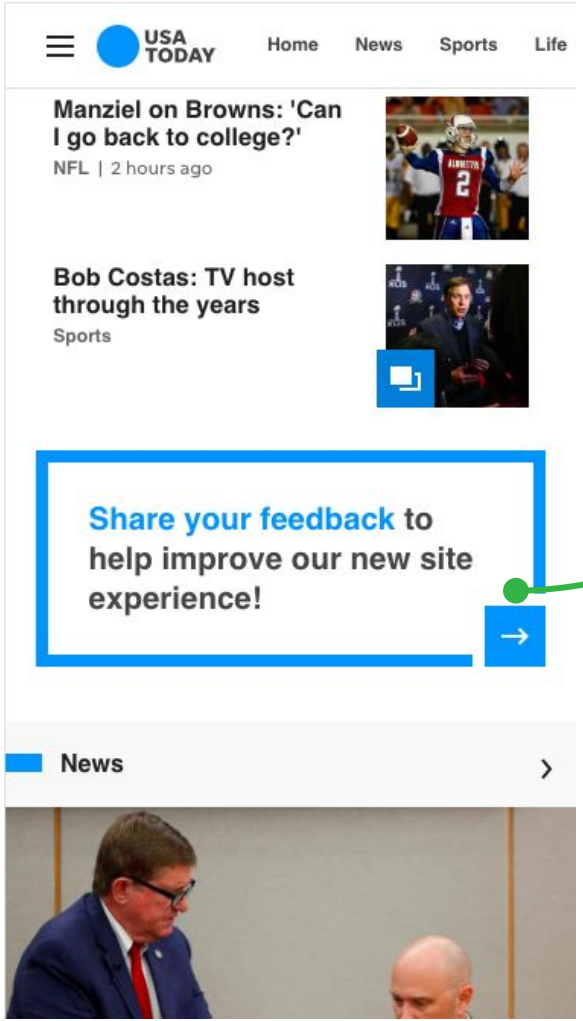


Mejor experiencia para el usuario

Entendiendo que el usuario en móvil quiere escanear la información para saber qué es lo último que ha pasado.

7. Techcrunch tiene muy claro que la "frescura " de la noticia es esencial en el mundo móvil. La inmediatez es un factor de altísima importancia.

SINDYK

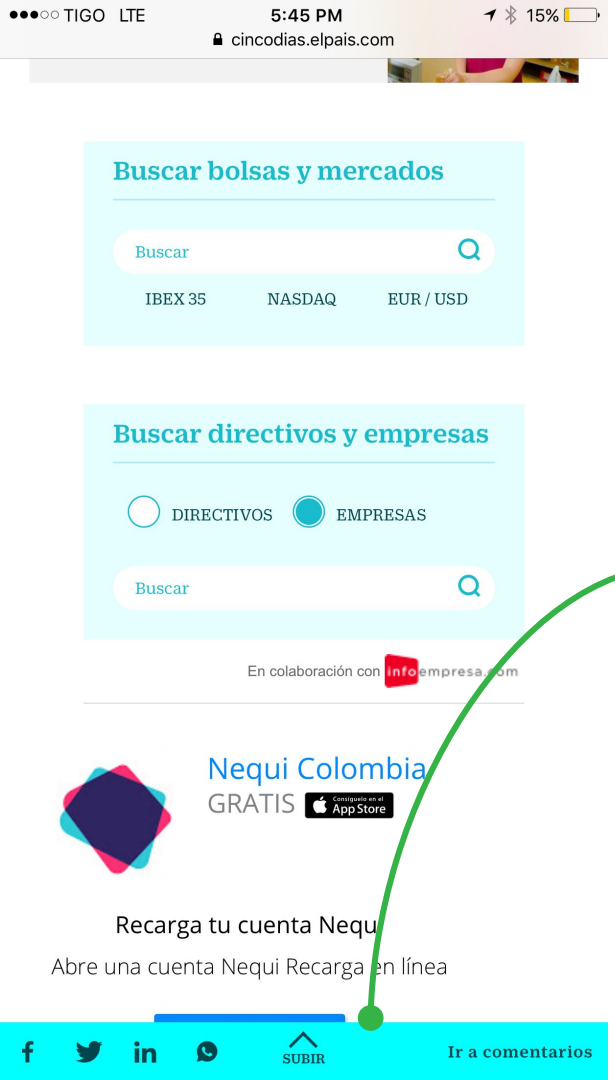


Mejor experiencia para el usuario

Haciendo que el usuario pueda involucrarse por completo en una mejor experiencia para el medio.

8. USA TODAY invita a sus usuarios a enviar feedback sobre acciones o elementos que permitan mejorar de manera constante la experiencia de navegación en el medio.

SINDYK



Mejor experiencia para el usuario

Facilitando el acceso a los comentarios o simplemente volver al top del site.

9. CINCO DÍAS utiliza elementos simples y sencillos que permiten interactuar a los usuarios con los comentarios o simplemente volver al top del site.

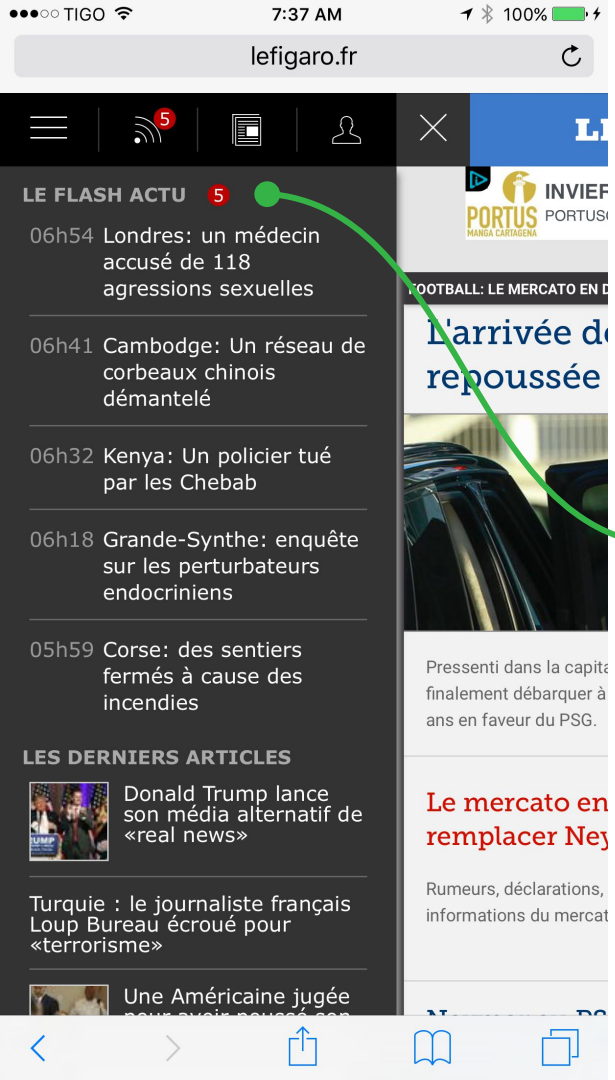
SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

Utilizando elementos altamente visuales y claramente reconocibles por el usuario para llamar la atención en una novedad.

10. Le Figaro utiliza un elemento estandarizado, especialmente por Facebook, para indicar cuantas novedades en contenido existen en el momento en el que el usuario entra.

SINDYK



Mejor experiencia para el usuario

Aprovechando llamados de atención fuertes que el usuario pueda escanear rápidamente la novedad en noticias.

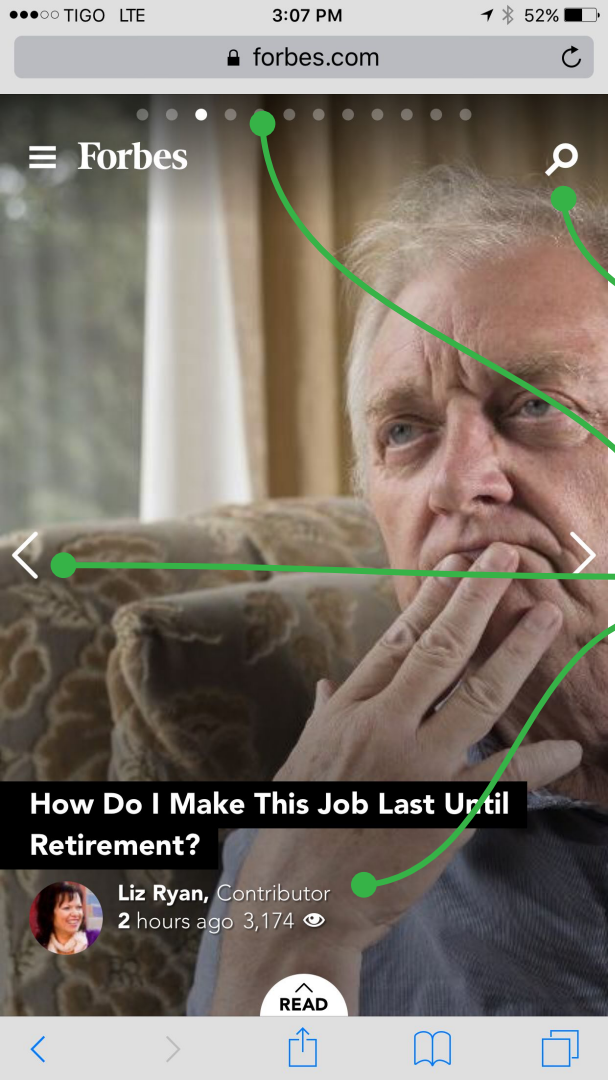
11. Le Figaro aprovecha el “notifyer unread count” o la alerta de la notificación para desplegar las últimas noticias *flash*. Esto permite no desplegar en el HOME las noticias que son de mayor impacto para el medio, pero si le permite identificar al usuario novedades en contenido.

SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

Ayudando a clasificar o archivar mejor el contenido

12. Cinco Días ofreces una alternativa predeterminada para que el usuario pueda archivar el contenido para luego encontrar de manera más simple.



Mejor experiencia para el usuario

Utilizando y destacando todos los elementos que permiten una experiencia de navegación óptima.

13. Forbes ofrece al usuario los elementos más relevantes a la hora de navegar un artículo sin saturación de elementos no necesario y/o publicidad.

SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

Eligiendo muy bien los elementos que deben estar destacados en el HEADER, evitando saturación.

14. Los Angeles Times selecciona las categorías más relevantes y son las únicas destacadas en el HEADER del site.

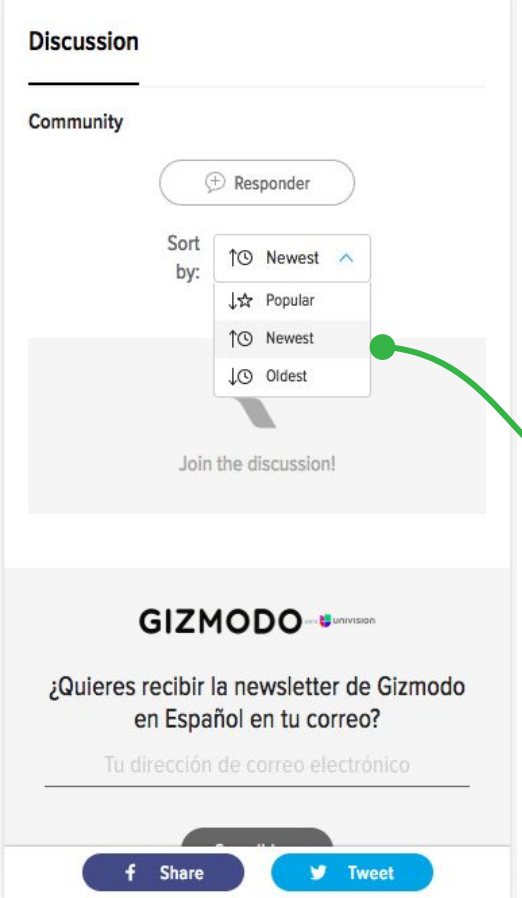
SINDYK

Mejor experiencia para el usuario

Ayudando a encontrar más contenido de una manera más fácil.

15. WSJ inyecta un carrusel que permite al usuario poder navegar en otros titulares de contenido antes de comenzar a leer un artículo.

SINDYK

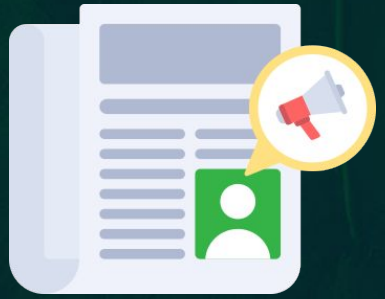


Mejor experiencia para el usuario

Ayudando a mantener las conversaciones y la interacción de ios comentarios

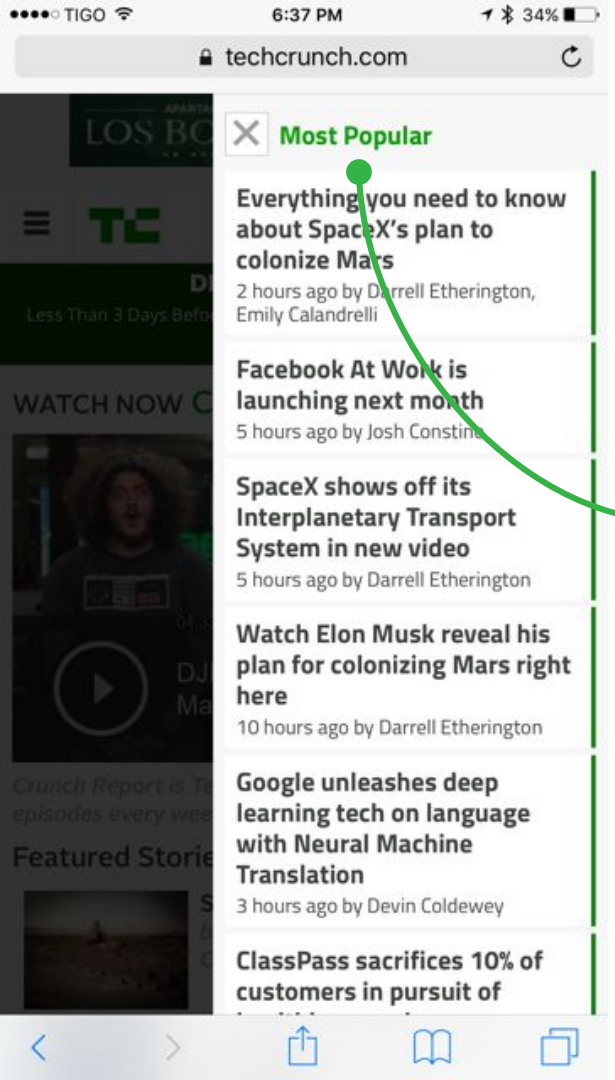
16. Gizmodo sabe que la interacción de los usuarios en sus artículos (los debates y comentarios) son vitales para mantener vivo el medio, por ello ofrece una forma muy fácil y dinámica de leer los comentarios y permitir la interacción.

SINDYK



Aumentar consumo de contenido/compartir

SINDYK

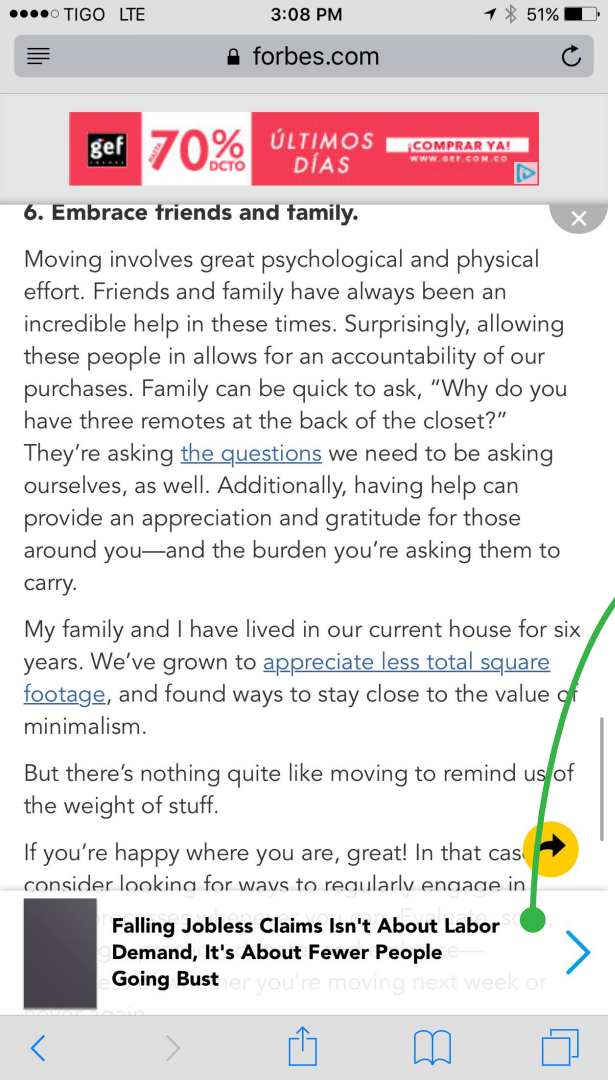


Aumentar consumo de contenido/compartir

Indicando con contundencia cuáles son los artículos más importantes en los que el usuario debería concentrar su atención.

17. Techcrunch genera una sección especial en donde se indica claramente cuáles son las noticias más populares en el momento.

SINDYK

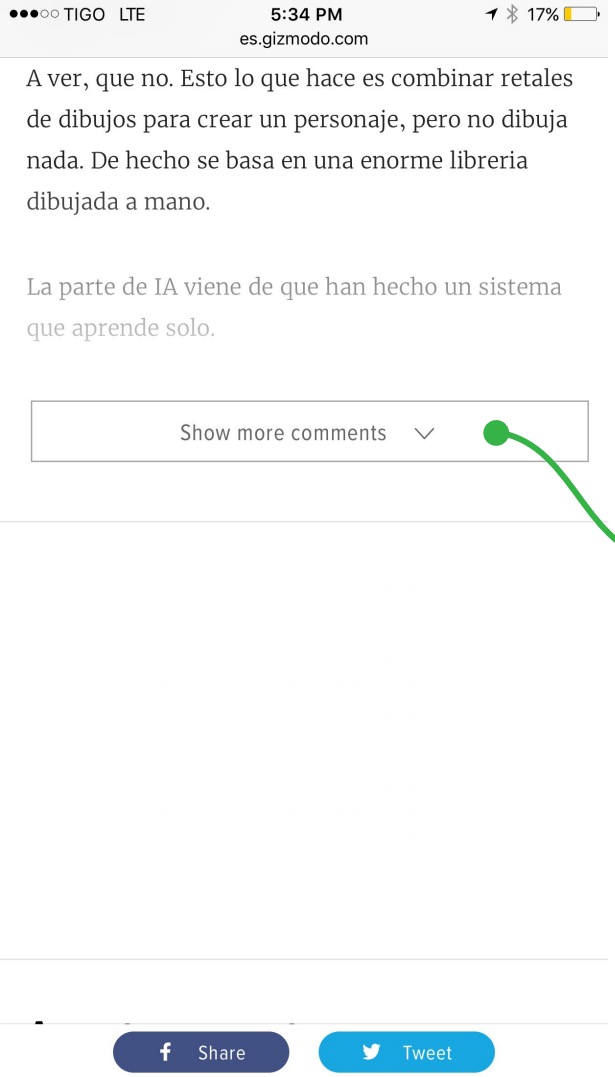


Aumentar consumo de contenido/compartir

Indicando con contundencia cuál es el siguiente artículo que se debería leer.

18. Forbes genera un elemento que permite indicarle al usuario de una manera muy clara cuál es el siguiente artículo que debería leer. ***Just one!***

SINDYK

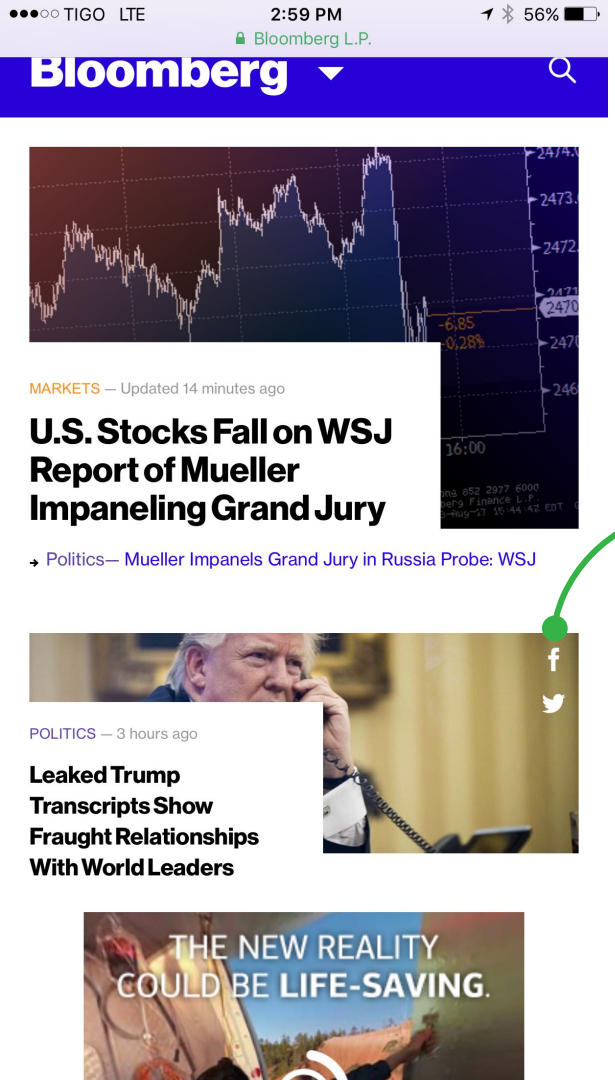


Aumentar consumo de contenido/compartir

Empujando a la acción principal de ver el total del artículo.

19. GIZMODO también utiliza un bloqueador de lectura que obliga al usuario a profundizar en un determinado artículo.

SINDYK

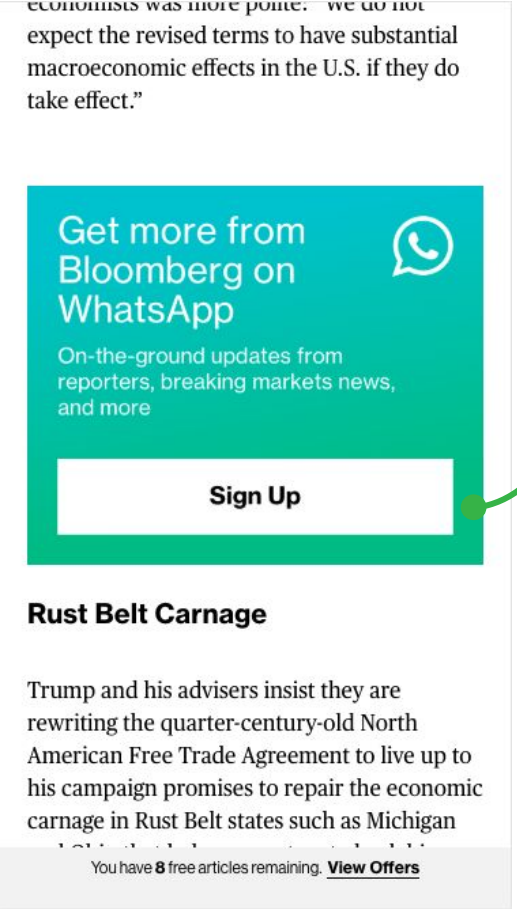


Aumentar consumo de contenido/compartir

Sin saturar con los iconos de redes sociales el contenido, sino pensando muy bien cuáles pueden ser los más relevantes para su público.

20. Bloomberg también ha identificado cuáles son las redes sociales realmente relevantes de su público.

SINDYK



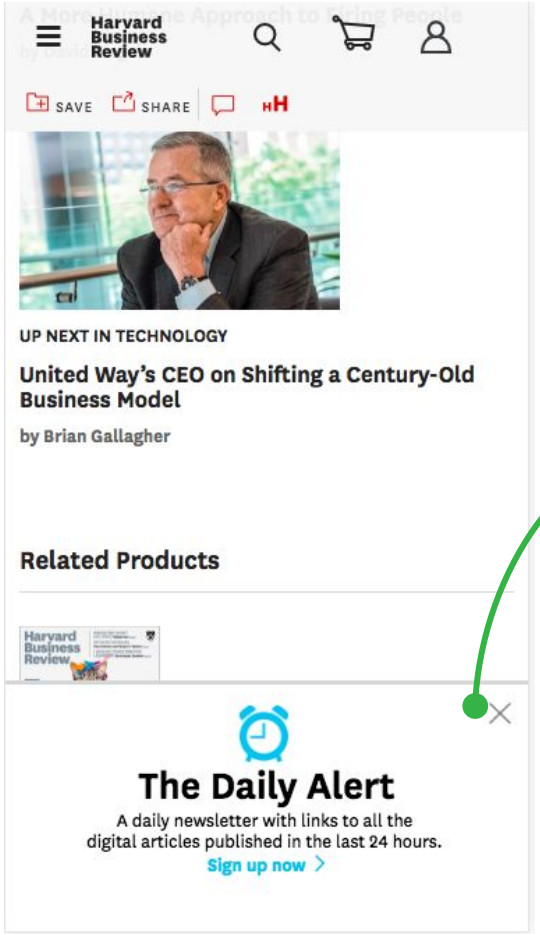
Aumentar consumo de contenido/compartir

Aprovechando la mensajería instantánea para crear grupos de información acorde al nivel de actualización y uso del usuario.

21. Bloomberg aprovecha la potencia de Whatsapp para mantener a sus consumidores totalmente conectados. Saben que sus usuarios son más activos en esta red social que en cualquier otra.

SINDYK

Aumentar consumo de contenido/compartir



Sin perder de vista que lo importante es mantener al usuario conectado con nuestro medio.

22. HBR utiliza de manera intensa el email para crear estrategias, grupos y envíos acorde a las necesidades de los usuarios.

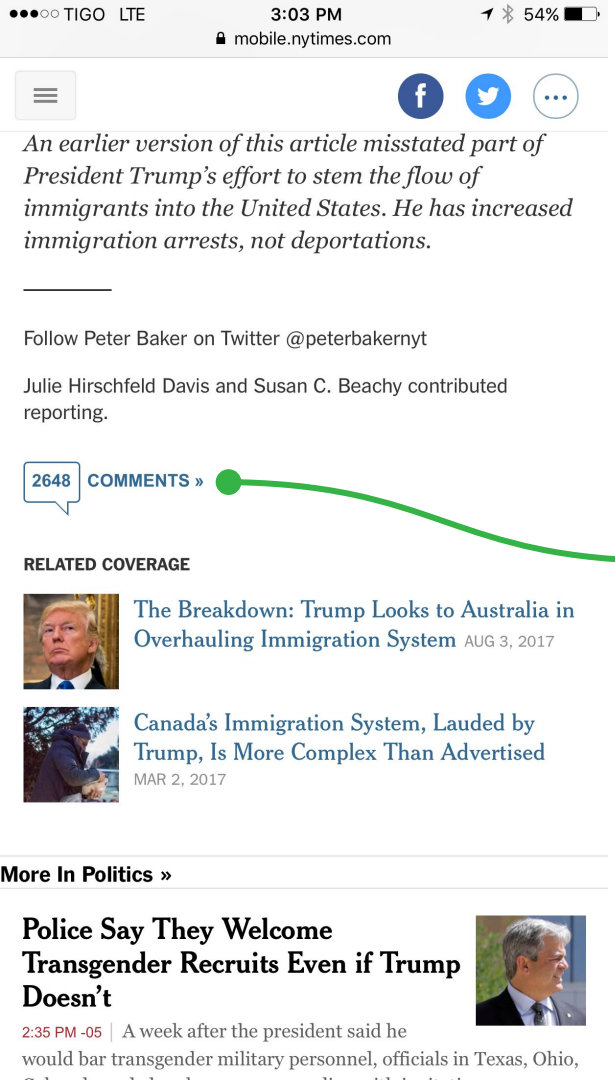
SINDYK

Aumentar consumo de contenido/compartir

Ofreciendo un solo contenido en varios idiomas.

23. The New York Times entiende que tiene un alcance global y que el público hispano parlante viene en ascenso en todo el mundo. Por ello, será importante ofrecer una noticia en dos lenguas diferentes.

SINDYK

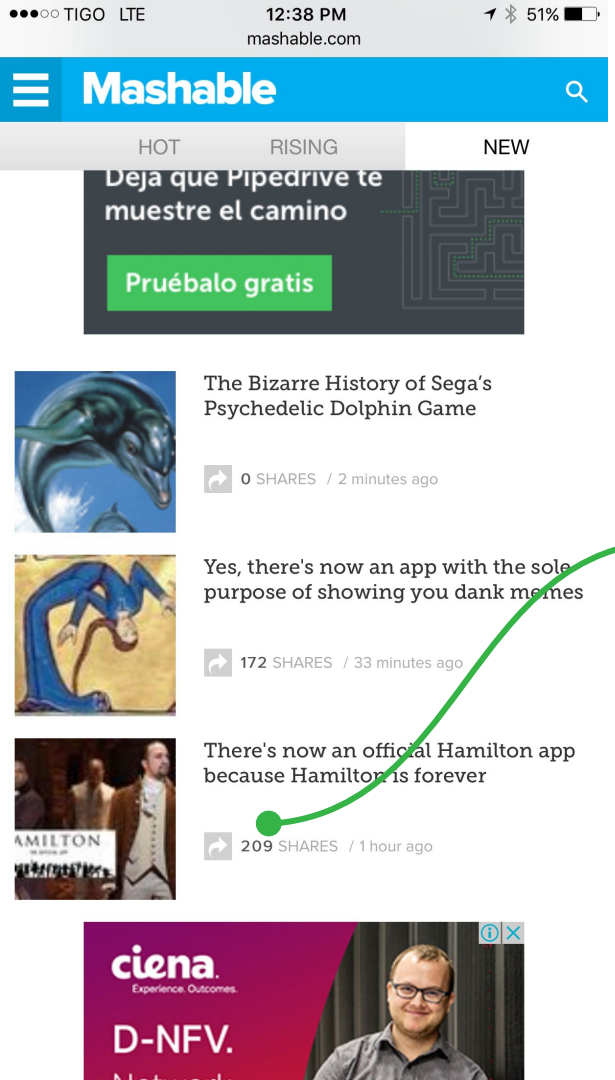


Aumentar consumo de contenido/compartir

Con elementos que invitan a interactuar con el medio y con el contenido.

24. Nuevamente el The New York Times nos muestra lo relevante que es mostrar la interacción del contenido a los usuarios. Hay que invitar a participar con el contenido.

SINDYK

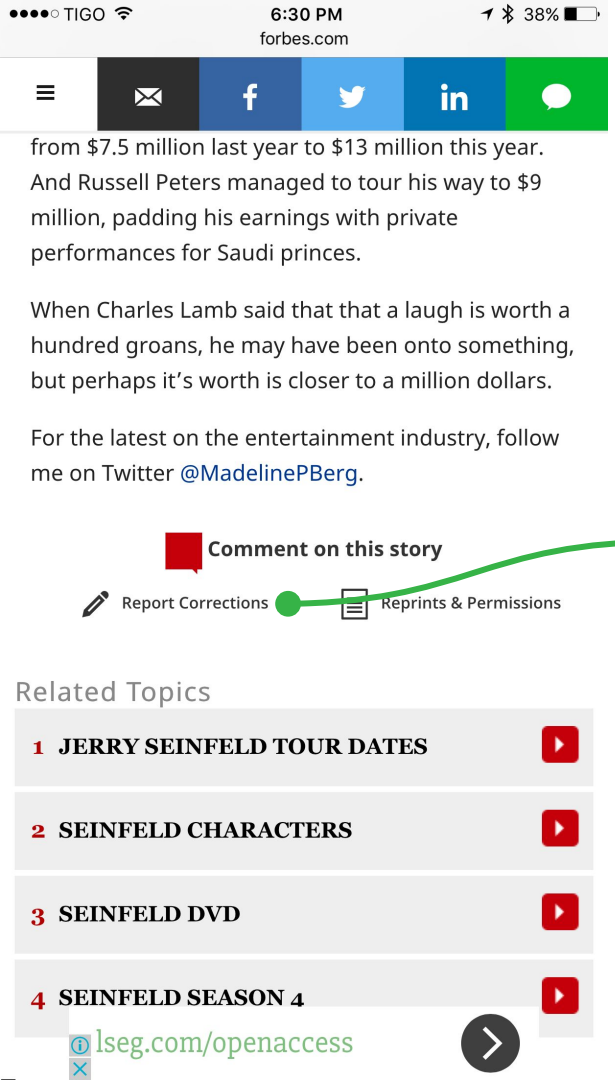


Aumentar consumo de contenido/compartir

Ayudando e indicando al usuario la relevancia de un contenido y lo mucho que está siendo compartido.

25. Para Mashable es determinante el apoyo que ofrece el usuario a la hora de distribuir contenido. Por ello, lo resalta y se lo facilita. Entre más compartida sea una noticia más relevancia seguramente tendrá.

SINDYK

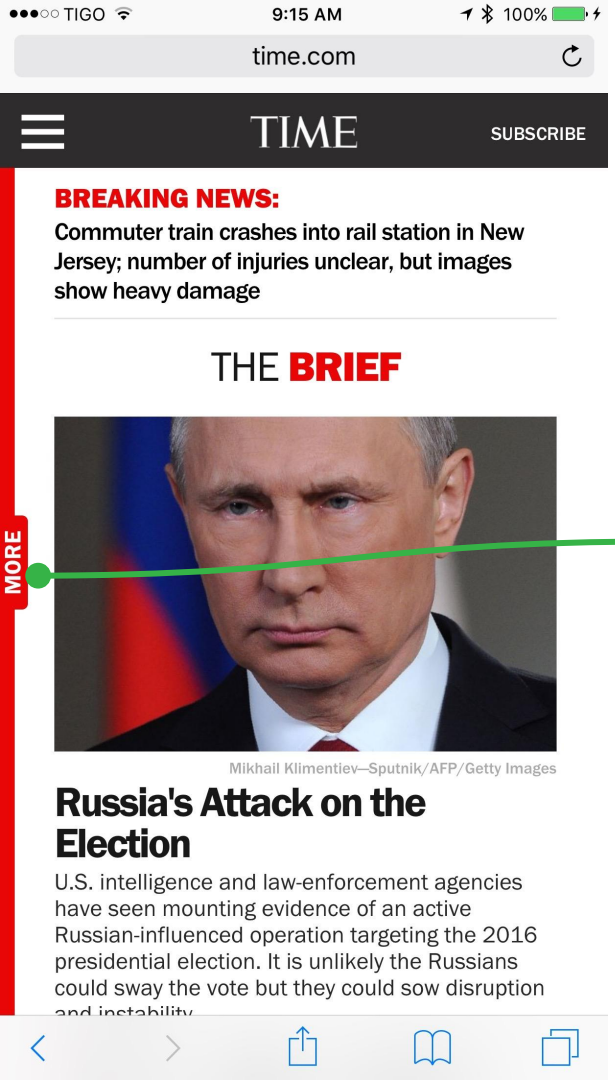


Aumentar consumo de contenido/compartir

Permitiendo que los usuarios sean parte del contenido, identificando ajustes o mejoras.

26. Forbes permite que los usuarios sean también parte de la edición del contenido si al no anda del todo bien.

SINDYK

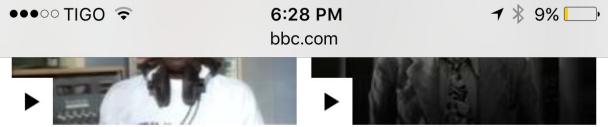


Aumentar consumo de contenido/compartir

Aprovechando cualquier espacio mínimo para ayudarle al usuario a encontrar más contenido.

27. TIME ofrece una alternativa permanente que invita al usuario a consumir más información de su interés.

SINDYK



Aumentar consumo de contenido/compartir

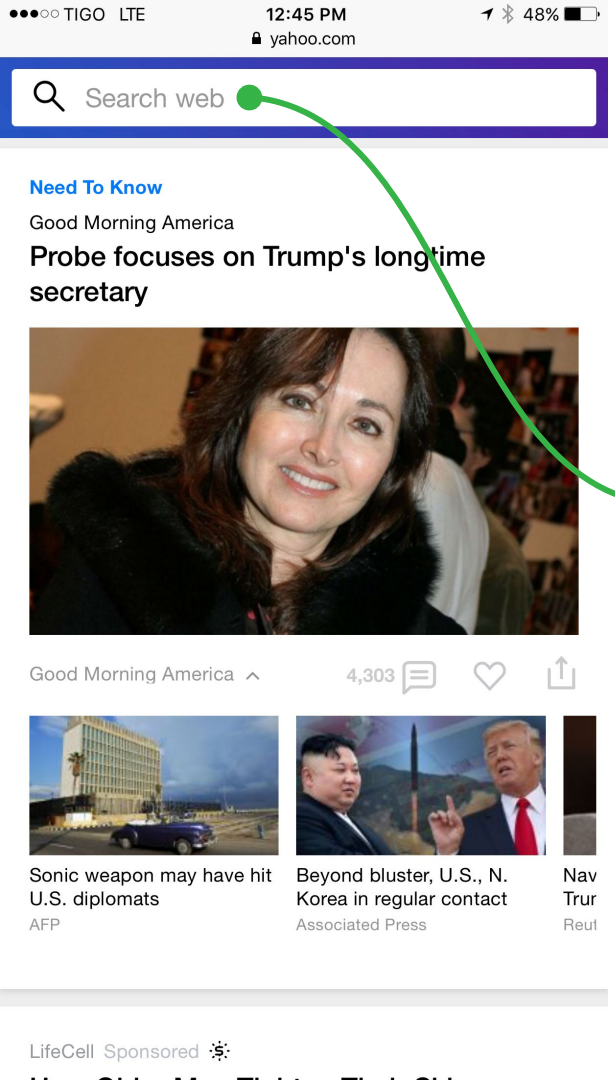
Most watched

1. Stuck cargo ship in hot water
2. 'The self-harming is unbelievable'
3. Post-war US anti-Nazi film goes viral
4. Mass dance breaks Indonesian record
5. Rare white moose captured on film
6. Trump: 'Racism is evil'
7. Woman reveals 'sex-for-rent' ordeal
8. Meet the fishermen beached by Obama

Generar el listado de los videos más vistos también es relevante y facilita el consumo de este formato que cada vez es más importante.

28. BBC nos muestra que desplegar también un listado de los contenidos en video más vistos es igual de importante. Lo esencial es mantener al usuario enganchado en todo momento con nuestro contenido.

SINDYK



Aumentar consumo de contenido/compartir

El buscador prevalece y se muestra cada vez más fuerte como un elemento de altísima relevancia para el consumo de contenido constante.

29. Yahoo News destaca el buscador y lo ofrece contundentemente como herramienta constante para encontrar contenido de interés.

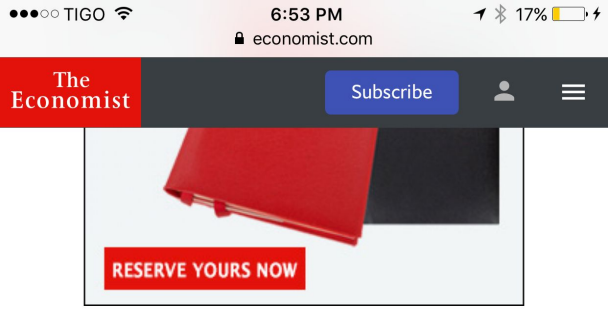
SINDYK

Aumentar consumo de contenido/compartir

Destacado fuertemente cuál es el contenido relevante que el usuario no se puede perder cuando entra al medio.

30. INC ofrece un elemento muy destacable para el usuario que es imposible pasar por alto en la navegación del sitio.

SINDYK



Aumentar consumo de contenido/compartir

Latest updates

Locarno festival shows off the film industry's creativity
PROSPERO ›

The growth of lithium-ion battery power
GRAPHIC DETAIL ›

What is Antifa?
THE ECONOMIST EXPLAINS ›

See all updates ›

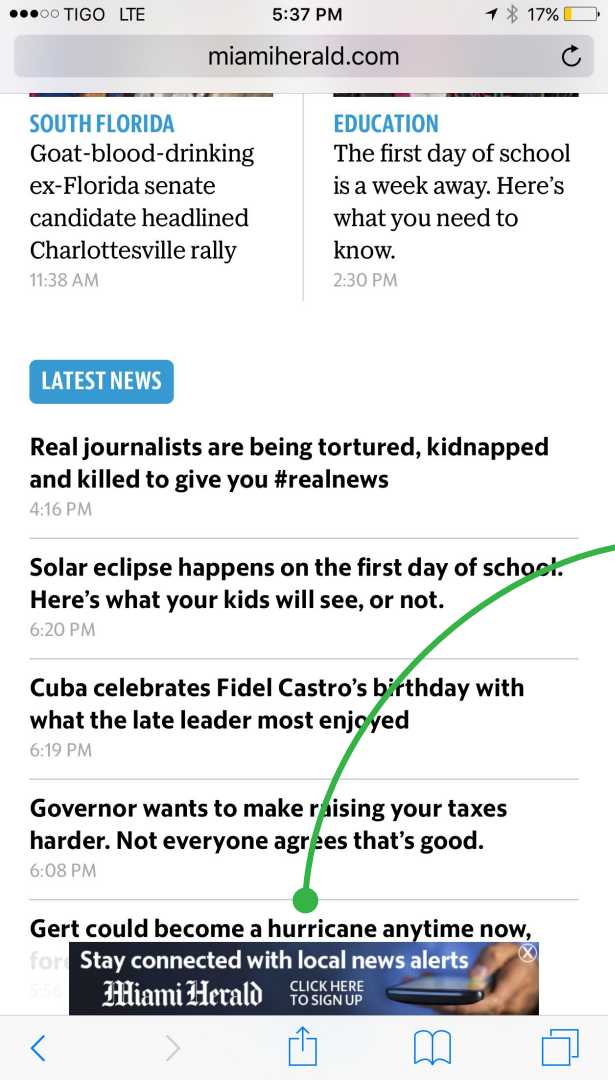
Antifa's organisation (or lack thereof) is reminiscent of Anonymous: there is no hierarchy or central platform, and anyone can claim the title and set up a local branch. The decentralised character of Antifa and lack of theoretical basis ensure appeal to all "anti-fascists", but also make it difficult to pin down what exactly it is they oppose. They usually condemn racism, sexism, homophobia and often capitalism. Some are anarchists. But a defining characteristic of Antifa [illegible] they aim to oppose

Sign up or subscribe to read more

Ofreciendo otros contenidos utilizando formatos sutiles que hagan parte del contenido que se lee actualmente para motivar a su consultar otros artículos de interés o relevancia.

31. ECONOMIST utiliza microformato que está presente en la artículo que permite visualizar rápidamente cuales son las noticias más destacadas o más frescas del momento sin interrumpir la experiencia de lectura.

SINDYK

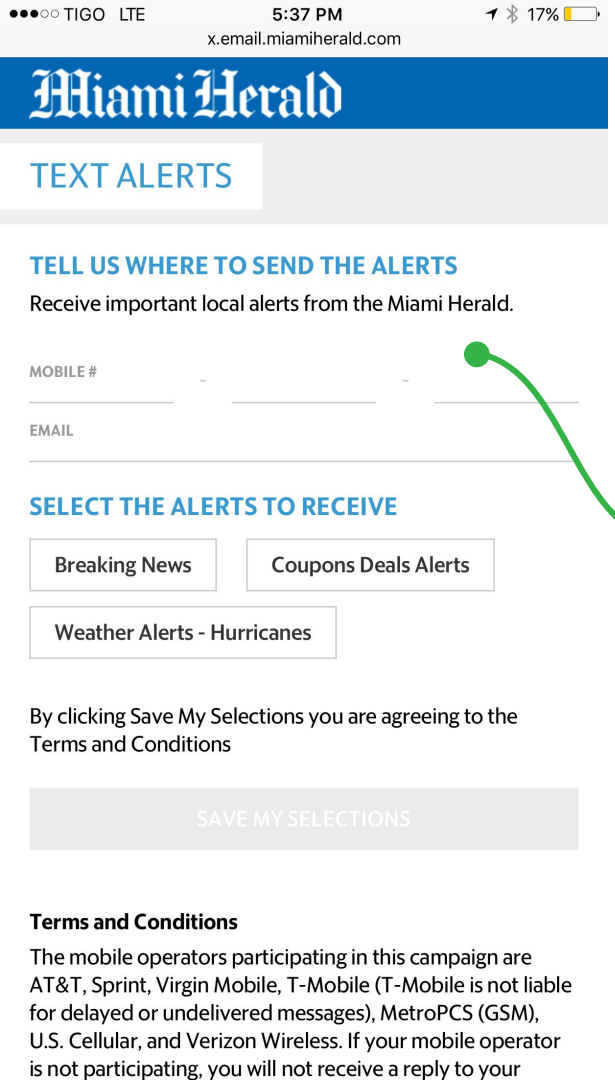


Aumentar consumo de contenido/compartir

Aumentar el consumo también consiste en mantener el contacto permanente con el usuario.

32. Miami Herald sabe que debe llevar la noticia al usuario para mantenerlo enganchado. Por ello, utiliza otras herramientas para poderse comunicar con el.

SINDYK



Aumentar consumo de contenido/compartir

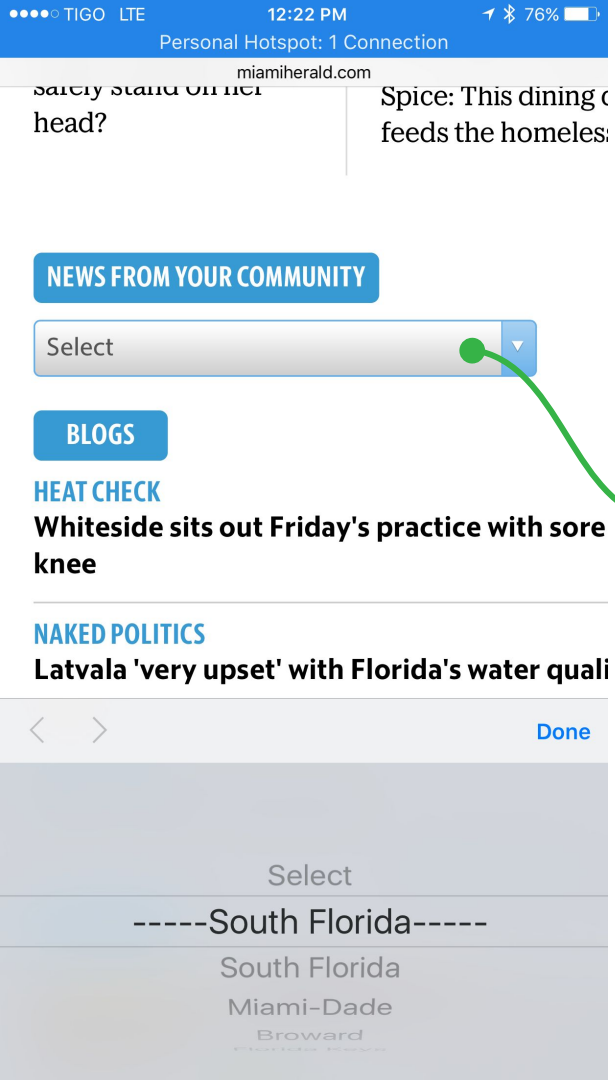
Aumentar el consumo también consiste en mantener el contacto permanente con el usuario.

33. Miami Herald sabe que debe llevar la noticia al usuario para mantenerlo enganchado. Por ello, utiliza otras herramientas para poderse comunicar con el.

SINDYK

Mayor permanencia en el sitio

SINDYK

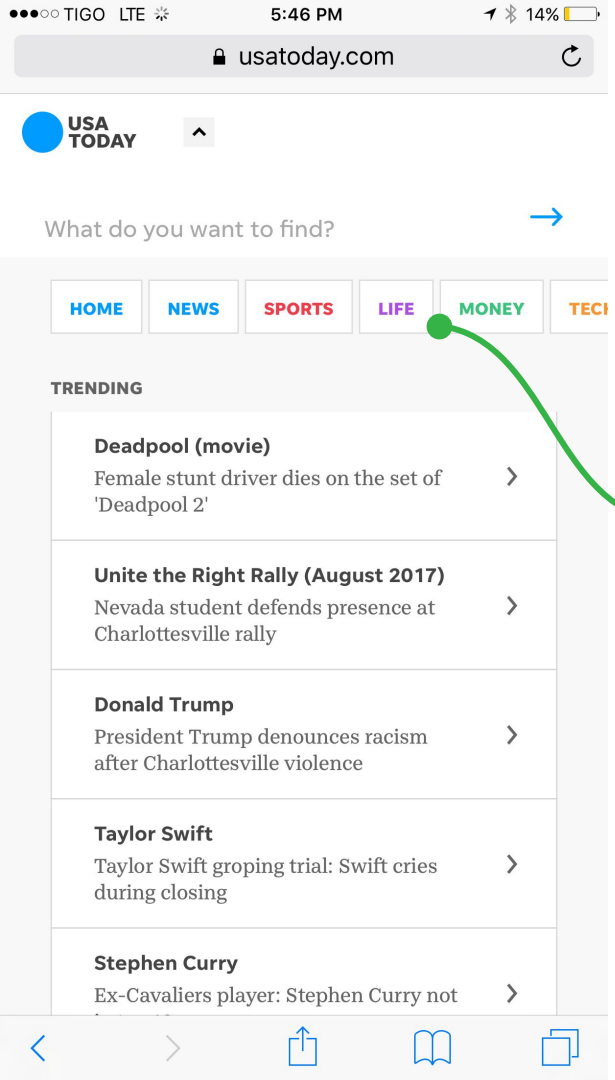


Mayor permanencia en el sitio

La posibilidad de realizar microsegmentación de contenido según la comunidad o los puntos de interés.

34. Miami Herald ofrece una excelente alternativa para segmentar el contenido. Definitivamente, esto hará que esté más interesado en el medio para saber qué es lo que ocurre en su zona de influencia.

SINDYK

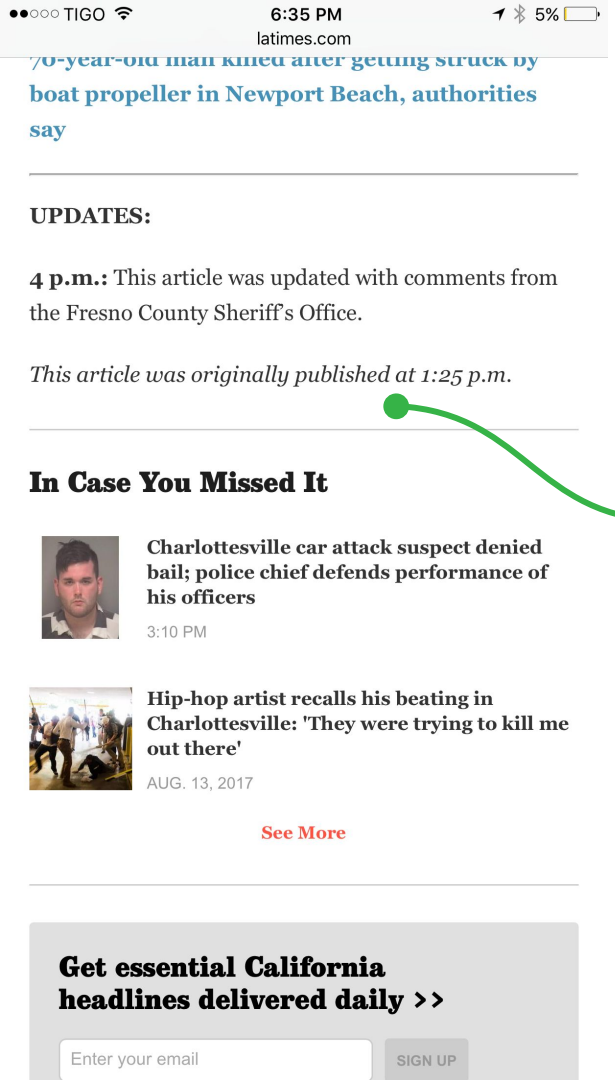


Mayor permanencia en el sitio

Organizar mejor la información permite navegar fácilmente por el sitio y permanecer más tiempo en él.

35. USA TODAY también organiza en macro-categorías el contenido más relevante, agregando colores distintivos y fáciles de reconocer.

SINDYK

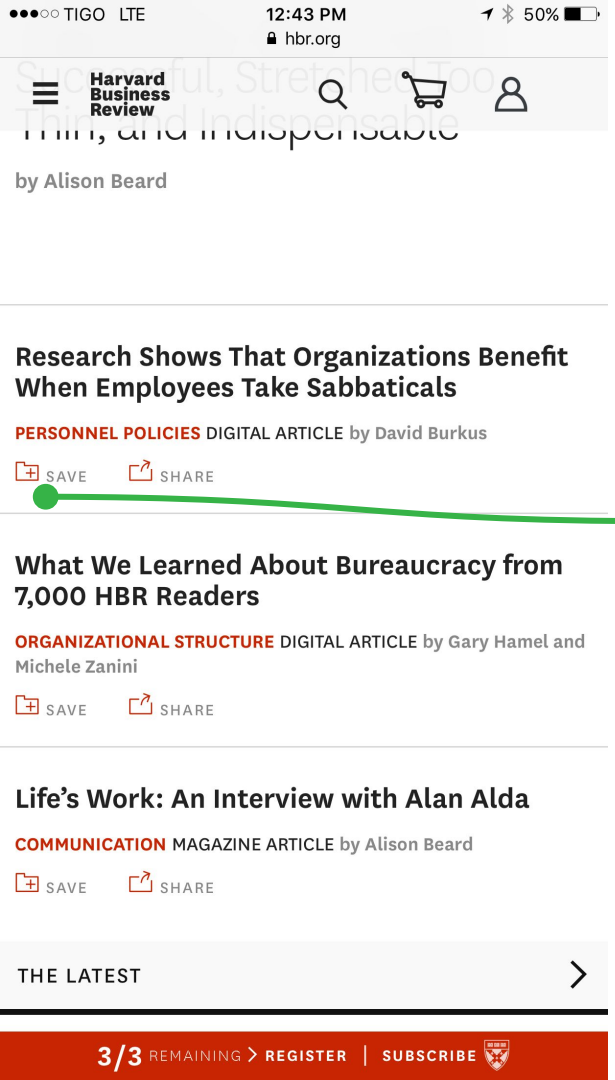


Mayor permanencia en el sitio

Sin perder oportunidad para recordarle constantemente al usuario que hay contenido nuevo o que posiblemente no ha visto.

36. LOS ANGELES TIMES utiliza y refuerza continuamente qué tipo de contenido es nuevo y/o qué contenido es relevante y qué debe ser leído en caso de que se lo haya perdido.

SINDYK

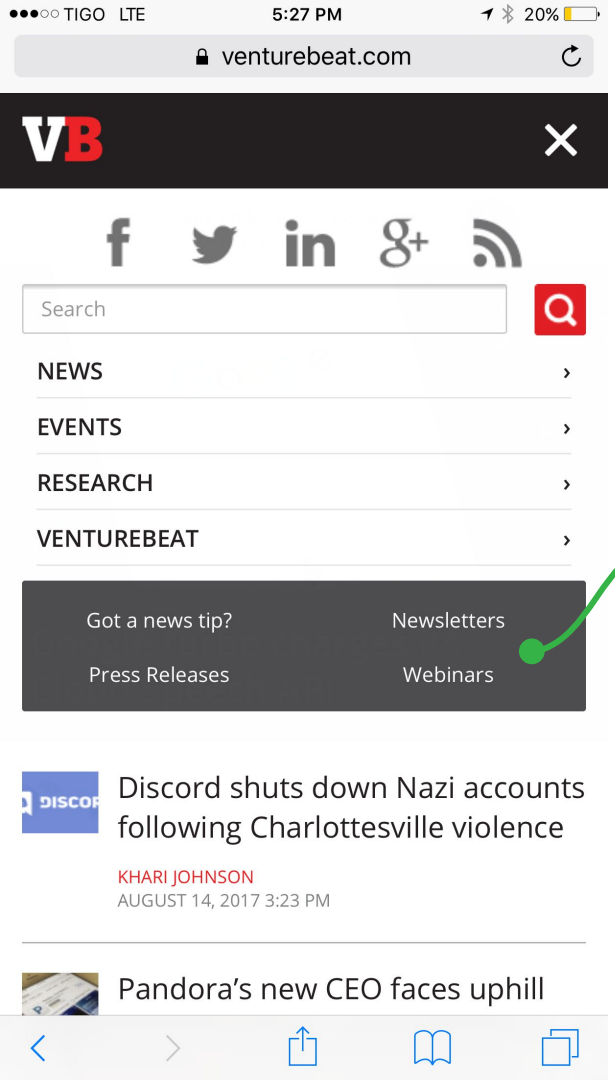


Mayor permanencia en el sitio

Si ahora no se tiene tiempo de leer el artículo, al menos guardarlo para que se pueda leer en cuanto el usuario pueda.

37. Harvard Business Review ofrece también la opción al usuario de guardar un artículo para sea leído posteriormente o, incluso, cuando no tenga accesos a internet.

SINDYK

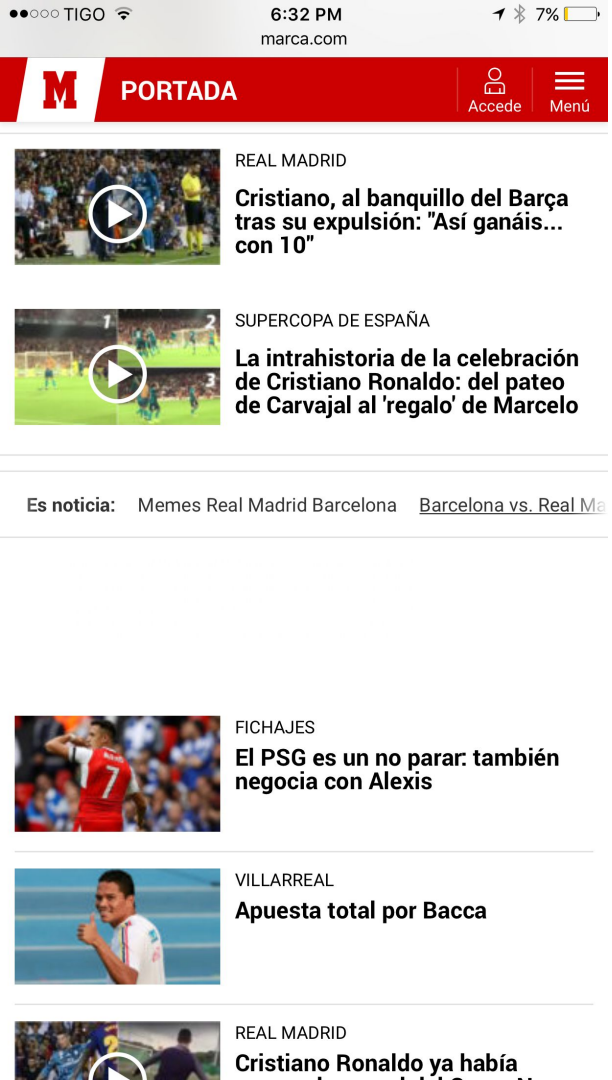


Mayor permanencia en el sitio

Generando nuevos contenidos o formatos que entreguen un verdadero valor al usuario.

38. Venture Beat no ofrece sólo artículos o inscripción a newsletter, va un paso más allá ¿Por qué no ofrecer webinars, tips, etc.?

SINDYK

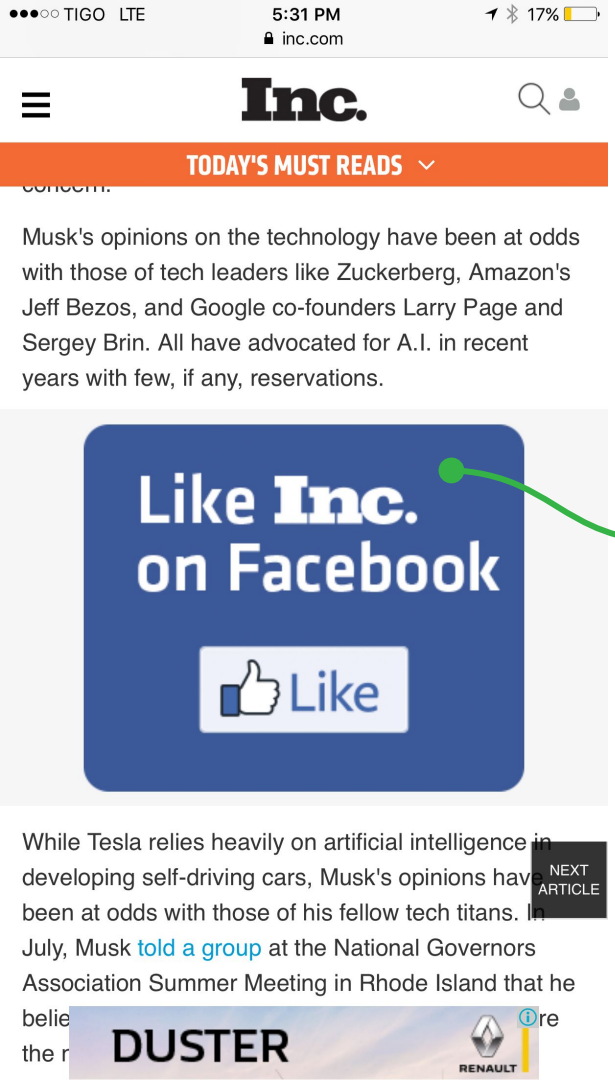


Mayor permanencia en el sitio

Microformatos para ofrecer otras noticias que sean relevantes para el usuario mientras navega por el sitio.

39. MARCA ofrece una excelente opción poco invasiva y muy sutil para entregar titulares relevantes de información.

SINDYK

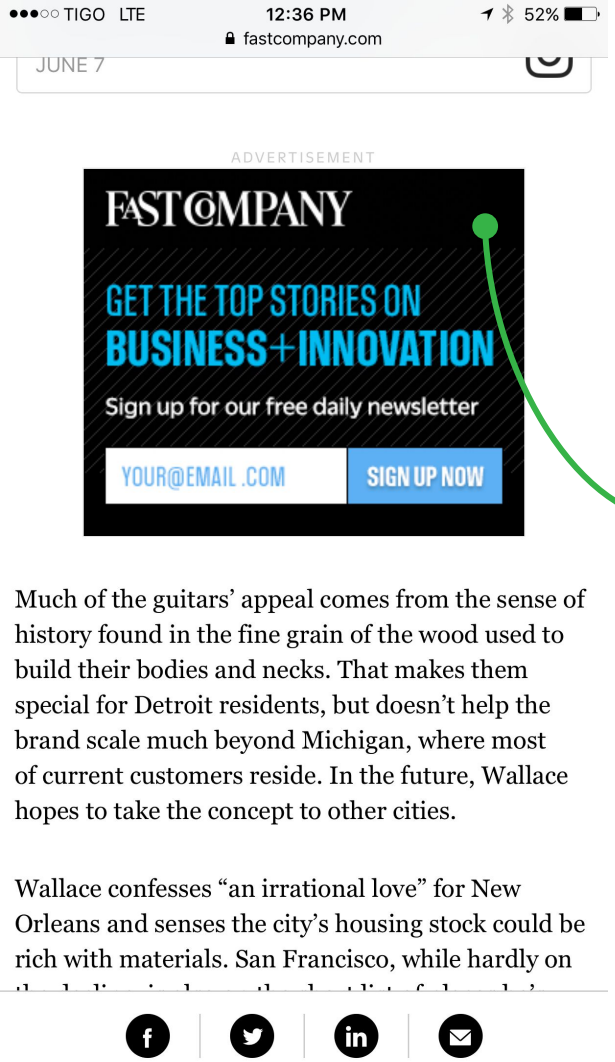


Mayor permanencia en el sitio

Empujando a que esté en contacto permanente. El medio debe estar en donde el usuario está.

40. INC empuja en todo momento a que el usuario acepte la suscripción a través de su red social FB. Sabe que el usuario permanece mucho tiempo allí, y que a través de un BOT en FB puede empujar a ver la noticia en su sitio.

SINDYK



Mayor permanencia en el sitio

Con otras opciones que le recuerden al usuario... "Necesitas estar cerca de lo que te interesa, no te pierdas la noticia"

41. FAST COMPANY refuerza su contenido de calidad. Definitivamente, el email sigue siendo una herramienta de contacto vital con el usuario.

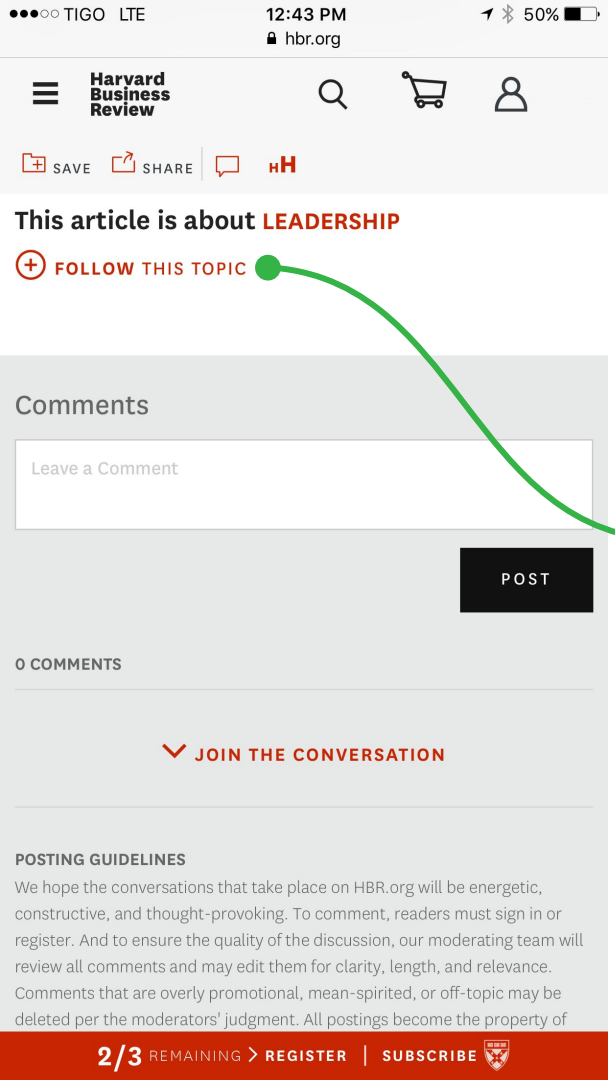
SINDYK

Mayor permanencia en el sitio

La suscripción es, por ahora, la única opción para el medio de poder entender al usuario y entregarle lo que realmente quiere.

42. The New York Times ofrece elementos poderosos de suscripción. La suscripción al medio es el siguiente gran reto. Convencer con relevancia al usuario.

SINDYK

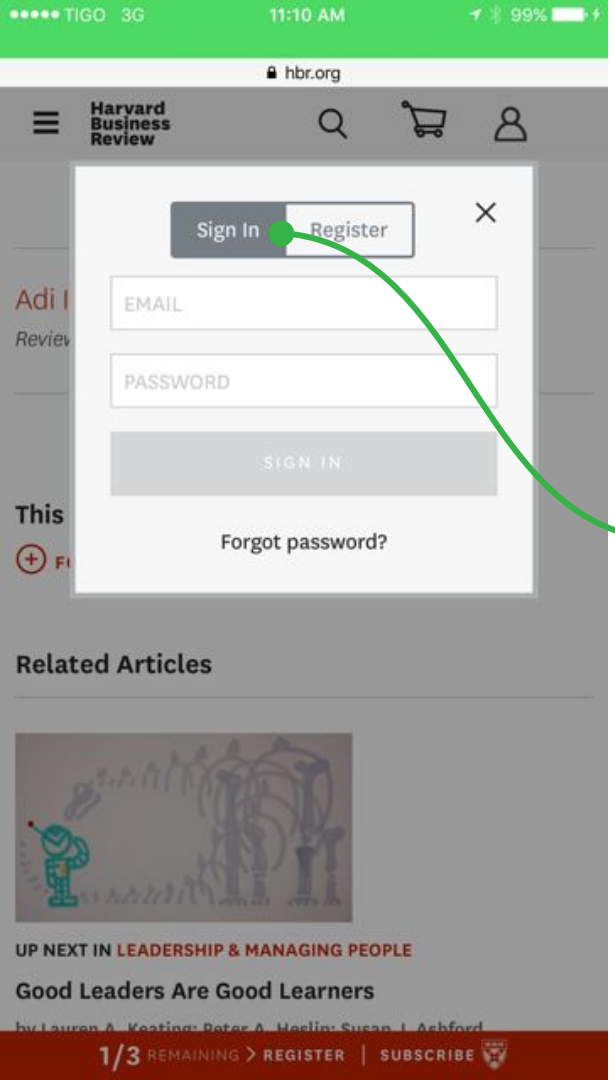


Mayor permanencia en el sitio

Buscando nuevas opciones que enganchen permanente al usuario que se deben mostrar una y otra vez.

43. Harvard Business Review busca alternativas de contenido para que el usuario acepte tener la conexión permanente con el medio. El tópico o la categoría puede ser una forma.

SINDYK

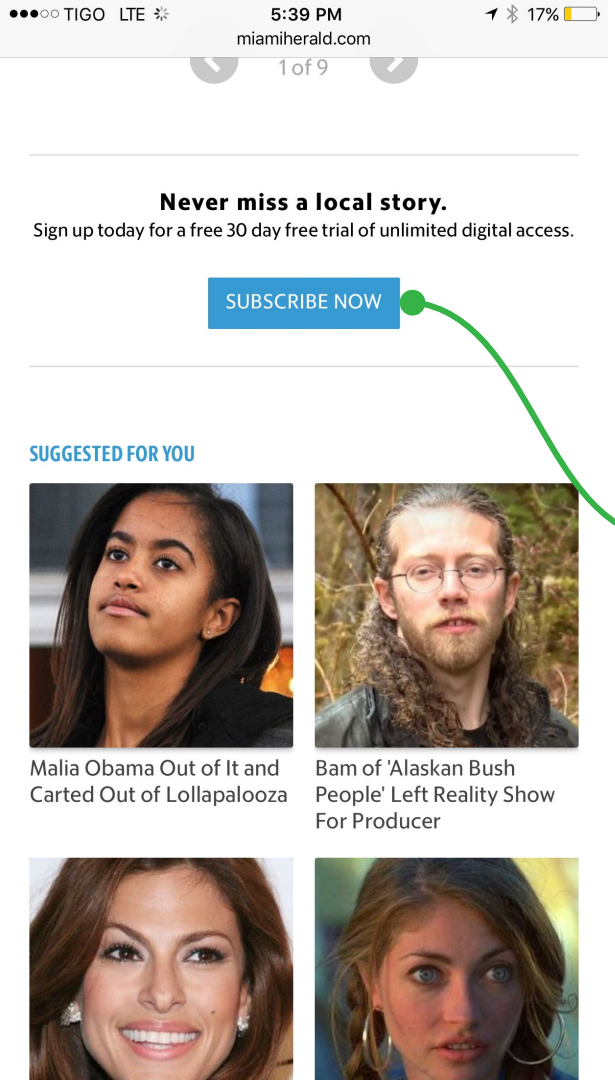


Mayor permanencia en el sitio

Buscando nuevas opciones que enganchen permanente al usuario que se deben mostrar una y otra vez.

44. Harvard Business Review busca alternativas de contenido para que el usuario acepte tener la conexión permanente con el medio. El tópico o la categoría puede ser una forma.

SINDYK



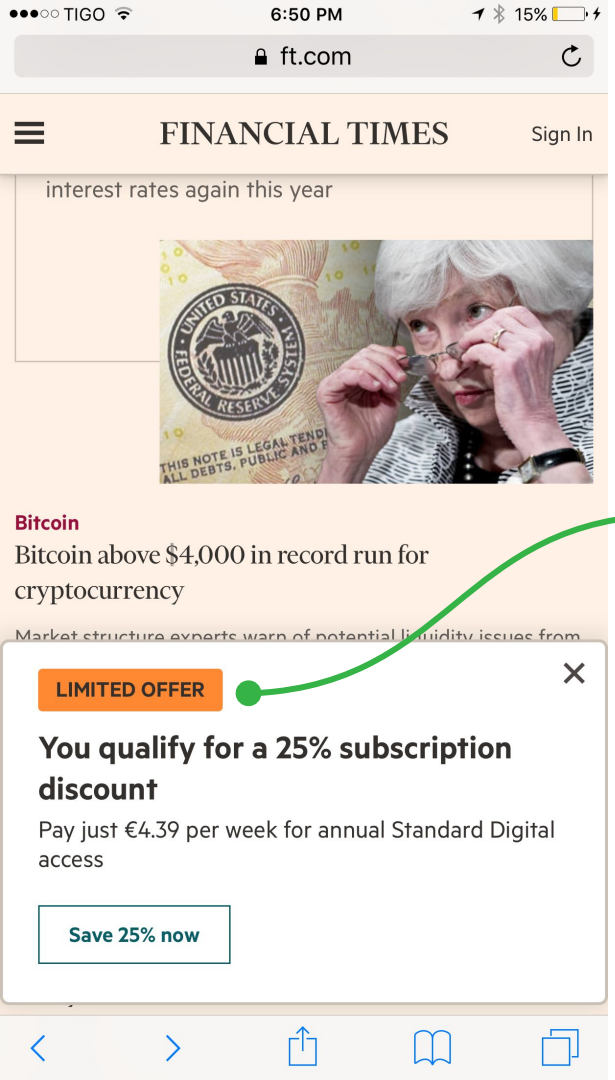
Mayor permanencia en el sitio

Siempre buscando que el usuario comprenda la importancia de la suscripción.

45. Miami Herald está buscando alternativas de suscripción. Hay que experimentar todas las que sean posibles.

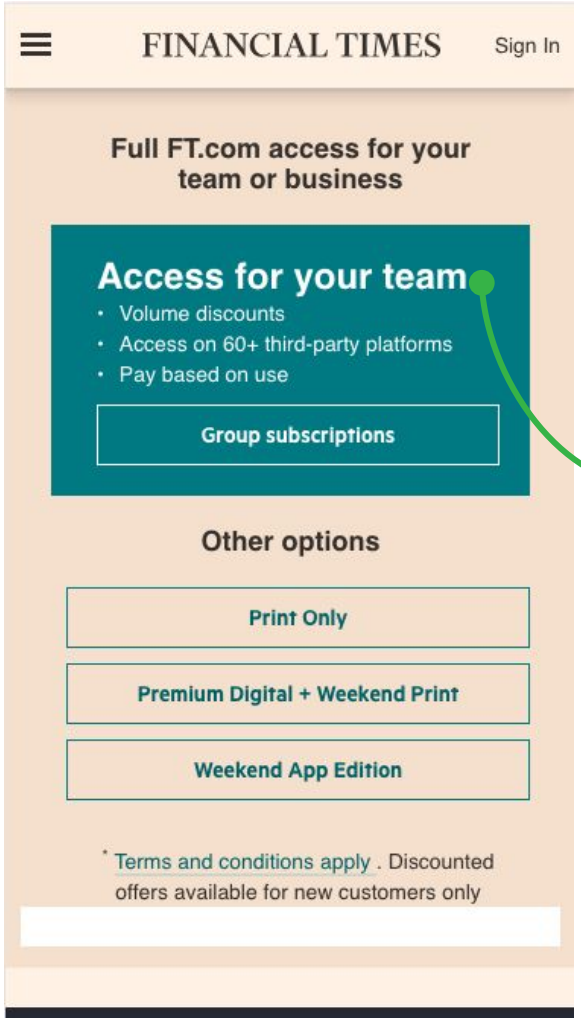
SINDYK

Mayor permanencia en el sitio



Siempre buscando que el usuario comprenda la importancia de la suscripción para tener información de su interés.

46. Financial Times.

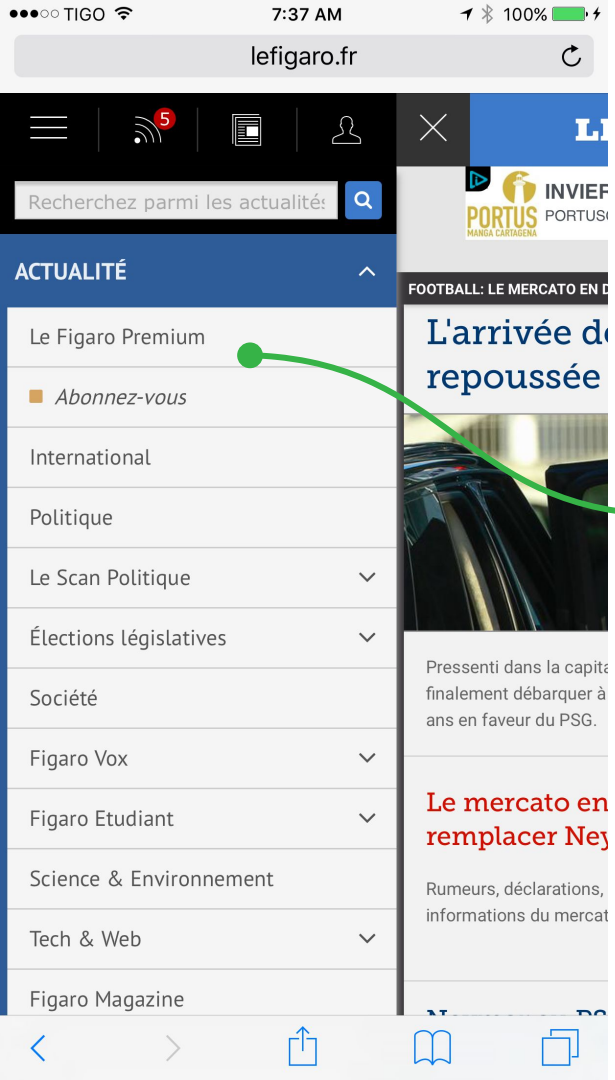


Mayor permanencia en el sitio

Siempre buscando que el usuario comprenda la importancia de la suscripción para tener información de su interés.

47. Financial Times va un paso más adelante y aplicando las cuentas grupales o familiares que ofrecen algunos servicios en streaming, lleva ese concepto a cuantas grupales de uso y acceso del contenido. Esto puede ser más atractivo para empresas, familias, etc ya que permite acceder a buenos descuentos o nuevas alternativas de consumo.

SINDYK

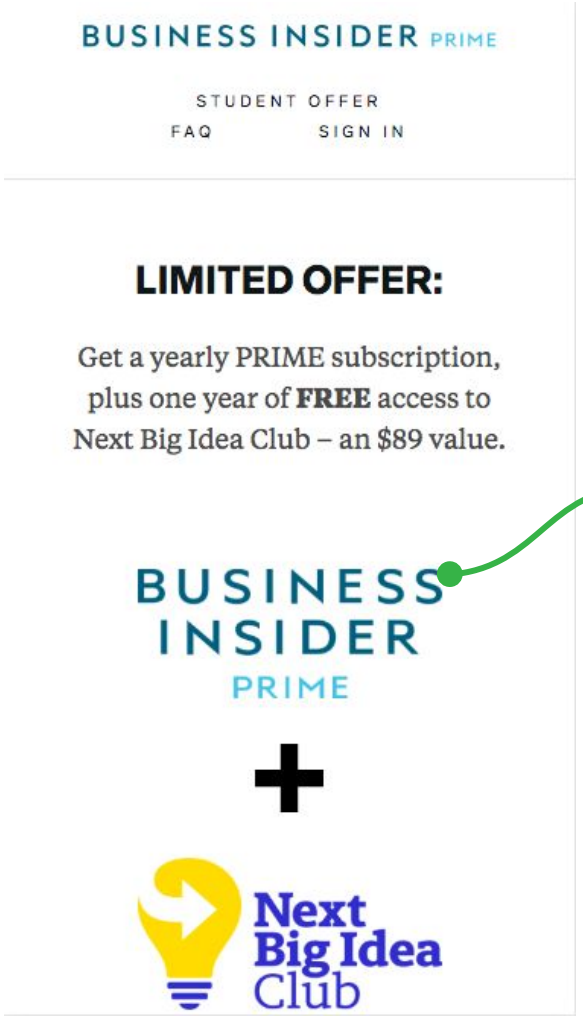


Mayor permanencia en el sitio

Siempre buscando que el usuario comprenda la importancia de la suscripción para tener información de su interés.

48. Le Figaro indica la importancia de ser Premium, ser Premium tiene significar algo y tiene que quedar claro.

SINDYK

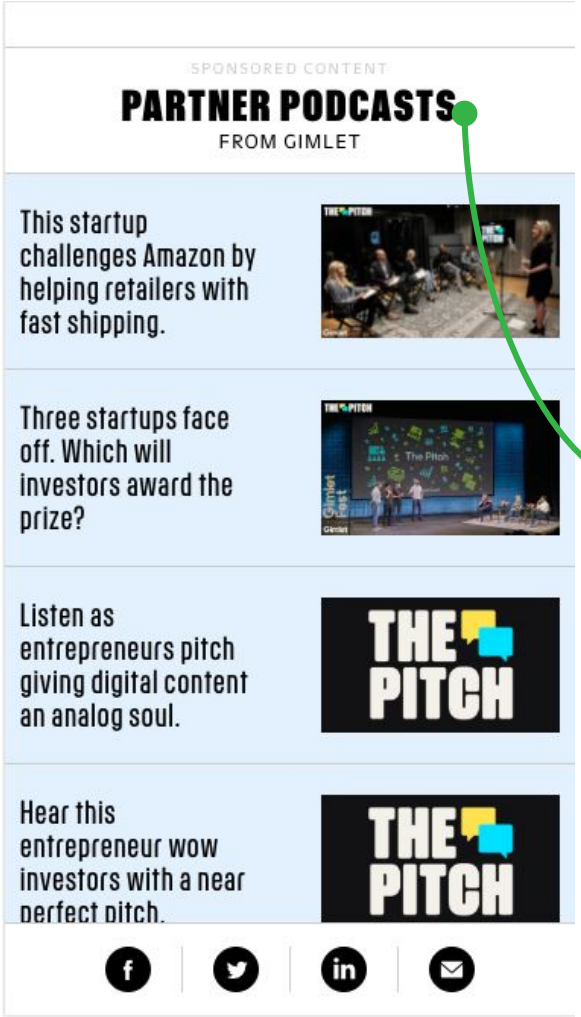


Mayor permanencia en el sitio

Ser Premium tiene que significar algo totalmente diferente.

49. Business Insider toma el concepto de PRIME o Premium y lo lleva a una nueva experiencia, haciendo que el usuario realmente tenga algo de alto valor por lo que paga y que está asociado a su marca.

SINDYK



Mayor permanencia en el sitio

Buscando nuevas alternativas de contenido para que el contenido siempre esté en contacto.

50. FastCompany ofrece nuevos formatos de consumo de contenido. Los podcats son elementos altamente valorados para medios especializados.

SINDYK

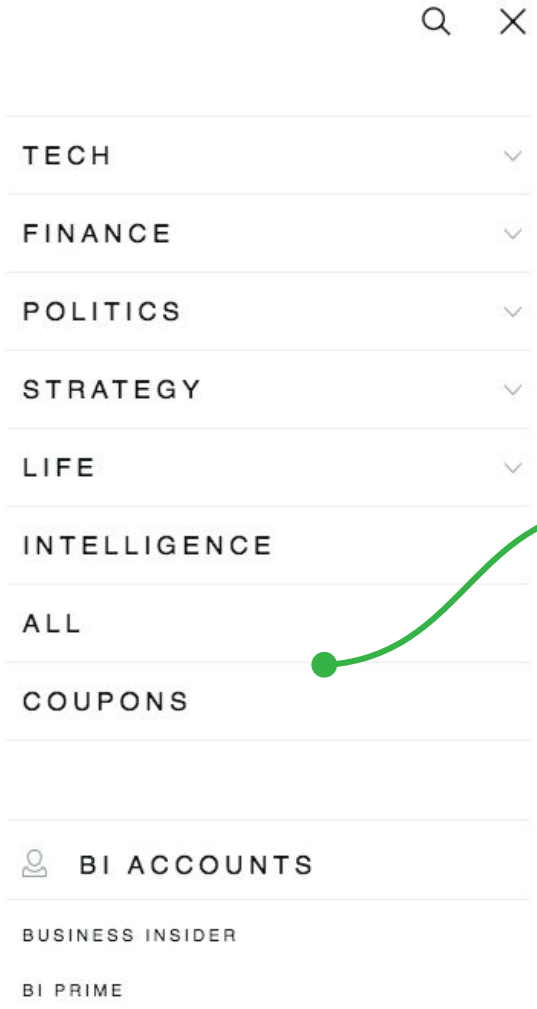
Bonus Track

SINDYK

Bonus Track

- La importancia de la marca (extensión)
- Fakenews

SINDYK

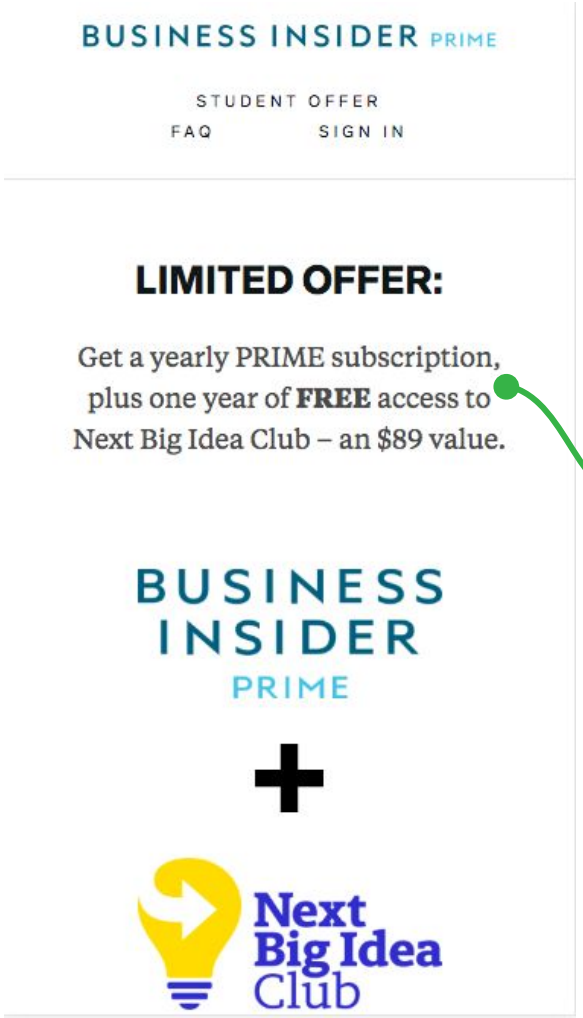


Bonus Track:
La importancia de la marca

Bonus Track:
Creando una sección o categoría diferente y relevante.

1. Business Insider crea una categoria especial y enfocada a sus clientes premium (suscriptores).

SINDYK

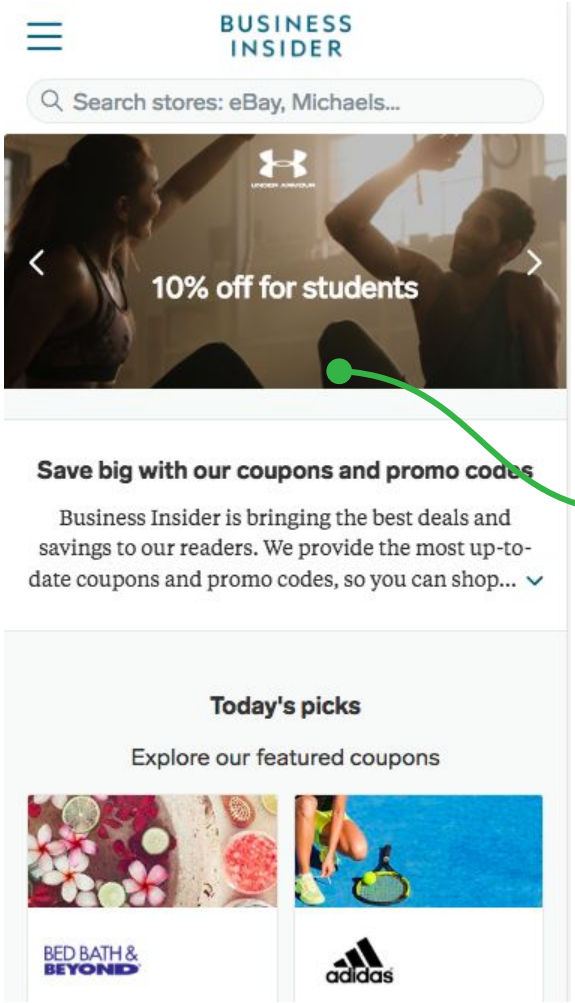


Bonus Track:
La importancia de la marca

Bonus Track:
Que la suscripción no se sólo acceder al contenido que antes tenía gratis.

2. Business Insider toma el concepto creado por AMAZON de PRIME y lo lleva a sus usuarios suscritos. “Ahora eres super especial para mi”

SINDYK

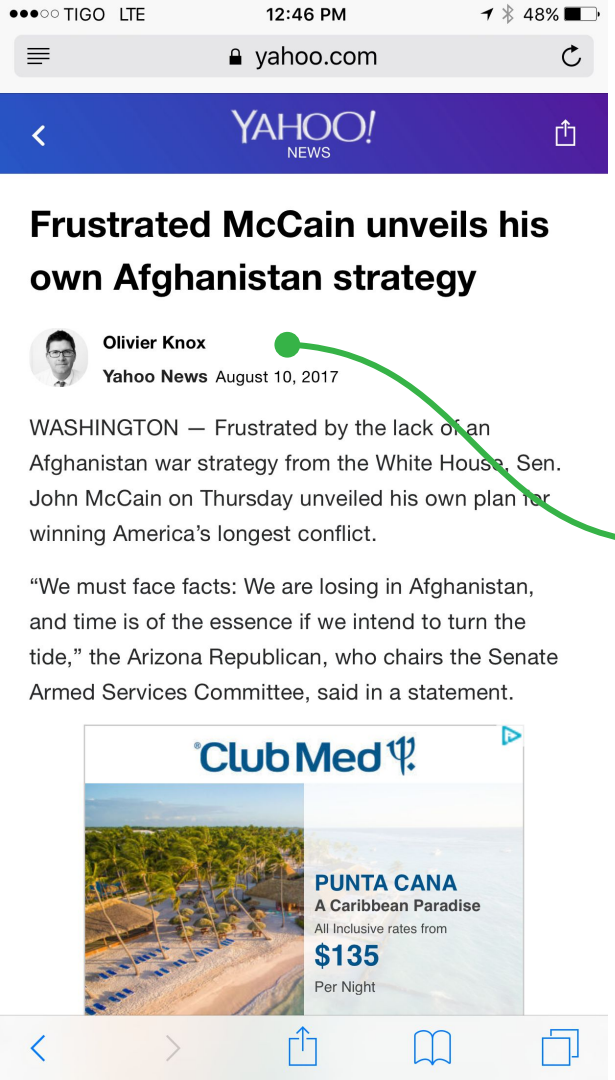


Bonus Track:
La importancia de la marca

Bonus Track:
En donde la oferta sea relevante y asociada a su público.

3. Business Insider ofrece este servicio de cupones pero está asociado a la oferta de clientes que tiene. Estudiantes, hombres de negocios, viajeros ejecutivos, etc. Todo se conecta.

SINDYK

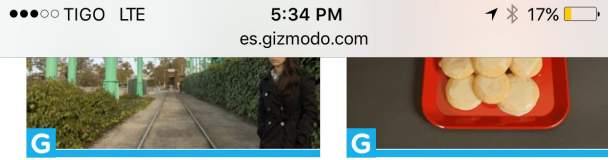


Bonus Track: Fake News

Bonus Track:
Destacando al autor del contenido. Importante para los *Fake News.*

4. YAHOO NEWS personaliza los artículos mostrando no solo el nombre del autor sino su foto personal. La personalización del artículo y ponerle cara al que lo reproduce es una forma de evitar falsas noticias.

SINDYK



Este nuevo algoritmo permite cambiar por completo la composición de una foto después de tomarla

Este algoritmo del MIT puede identificar la receta de un plato comida con solo una foto

Bonus Track: Fake News

Carlos Zahumenszky
carlos@gizmodo.com @Txaumes
Editor en Gizmodo, fotógrafo y guardián de la gran biblioteca de artículos. A veces llevo una espada.
PGP Fingerprint:
BA3C91077C1CF6A7C6133D7CD3C89018CB814014 | PGP Key

Bonus Track:
Destacando al autor del contenido. Importante para los *Fake News.*

Discussion

Community (3) Pending

Responder

joe higashi > Carlos Zahumenszky
8/14/17 8:53am

Share Tweet

5. GIZMODO incluso va un paso más allá entregando una minibiografia de su periodista o generador de contenido y la posibilidad de contactarlo personalmente.

SINDYK

Conclusiones

SINDYK

Conclusiones

1. Empujar al usuario a la suscripción del medio es una urgencia. Por ahora no se busca la monetización inmediata, pero sí conocer a las personas que consumen nuestro contenido, entender qué lee, qué le gusta y sus preferencias.

2. Los medios deben entender y ver el proceso de suscripción/paywall como el negocio de los streaming (música, video), hay que llevar poco a poco al usuario de los free al pago.

3. Los medios deben entregar un POR QUÉ de suscripción a los usuarios. No todo puede ser por pagar. Cual es la diferencia de oferta, lectura, contenido, herramientas?

4. El mantener el contacto permanente con el usuario a través de herramientas como Whatsapp o email es una prioridad.

5. La estrategia de email es eso, una estrategia. No es enviar emails por enviar.

SINDYK

Conclusiones

6. Es mejor saturar al usuario con novedades en contenido, recordarle qué noticias no ha visto o que no se puede perder de leer, que llenar espacios con publicidad que no es relevante y que molesta la experiencia.

7. Agregar elementos valiosos y relevantes que empujen al usuario a buscar una suscripción: Guardar un artículo para leerlo después, alarmas o avisos sobre una actualización en alguna categoría de interés, etc.

8. No es necesario desplegar **“N”** categorías, es mejor organizar el contenido en pocas MACROCATEGORÍAS.

9. Ser cliente pago tiene que significar otra cosa que simplemente poder ver el contenido que antes podía leer gratis.

10. La extensión de marca es un factor poderoso. Inversión en la marca para los medios es una de las mejores inversiones que pueden hacer en este momento.

SINDYK

SINDYK

- ¿Qué es?
- Casos
- Modelo de negocio

¿Qué es SINDYK?

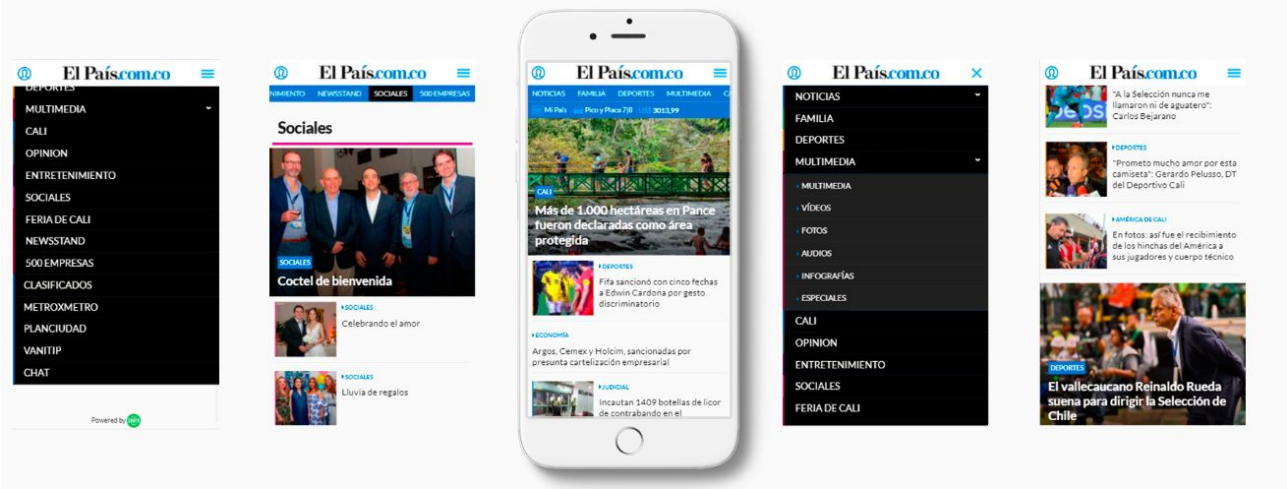
- Es la plataforma **LÍDER** en Latinoamérica de optimización y aceleración de sitios móviles para medios. Implementada **en más de 20 medios en la región.**

- Diariamente corren por la plataforma de **SINDYK** cientos de usuarios y consumidores de contenido de toda la región, ayudando a que su experiencia sea mejor y con ello el medio tengan mayor aceptación entre ellos.

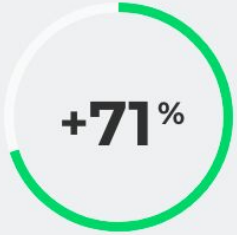
- El promedio de mejoras de los indicadores de los medios con la implementación de **SINDYK** pueden llegar a superar **el 20%.** (Sesiones, PV, disminución de Bounce Rate, Revenue).

SINDYK

¿Dificil de creer? - EL PAÍS (Colombia)



¿Dificil de creer? - DEPORTE Y NEGOCIO (PERÚ)



Crecimiento en Unique Pageviews.

Disminución de Bounce Rate.

Aumento de páginas por sesión.

SINDYK

Empresas que han confiado en SINDYK

SINDYK

Modelo de negocio

SetUp

Implementación del sitio. Adecuación estilos gráficos, scrapping, inyección en servidores y optimización de contenido.

Fee

Acuerdo de arrendamiento de la infraestructura y plataforma **SINDYK**. El valor mensual incluye mantenimiento de plataforma, hosting y sistema de reportes.

- El valor del **SetUp** está en US$300.
- El valor del **Fee** dependerá de la cantidad de páginas vistas generadas por el medio en el último mes previo.
- El acuerdo comercial se cerrará a **1 año mínimo.**

SINDYK

¿Activamos una cita?

SINDYK

¡Gracias!

www.sindyk.com

+ 57 4 3660434 | info@dpgroup.co | dario@dpgroup.co

Medellín - Miami

SINDYK

SINDYK is a **Digital Partners Group** product.