Proprietary + Confidential

Uso de métricas para entender o comportamento do leitor

News Consumer Insights e Realtime Content Insights

Bel Curado/ 2 de Setembro de 2019

Proprietary + Confidential

Agenda

1. Google News Initiative
2. Conheça sua audiência
3. Realtime Content Insights
4. News Consumer Insights

Google News Initiative

Nosso esforço para construir um futuro mais forte para o jornalismo

Elevar

Elevar a qualidade do jornalismo nas nossas plataformas em parceria com publishers



Evoluir

Evoluir os modelos de negócios para que o jornalismo possa prosperar na era digital

Local Media Consortium

FIRSTDRAFTNEWS

Coalition for Better Ads

JOURNALISM360

Fortalecer

Fortalecer as redações ajudando-as a desenvolver inovações tecnológicas

DIGITAL NEWS INNOVATION FUND

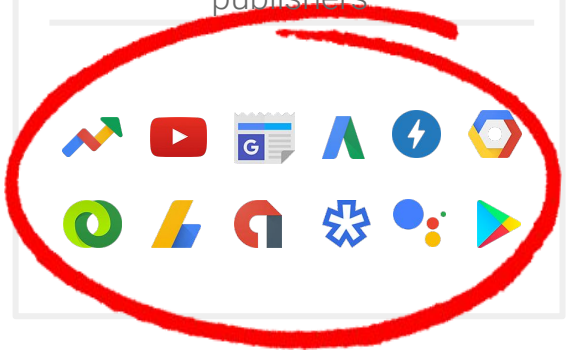
Google News Lab

Google News Initiative

Nosso esforço para construir um futuro mais forte para o jornalismo

Elevar

Elevar a qualidade do jornalismo nas nossas plataformas em parceria com publishers



Evoluir

Evoluir os modelos de negócios para que o jornalismo possa prosperar na era digital

Local Media Consortium

FIRSTDRAFTNEWS

Coalition for Better Ads

JOURNALISM360

Fortalecer

Fortalecer as redações ajudando-as a desenvolver inovações tecnológicas

DIGITAL NEWS INNOVATION FUND

Google News Lab

Proprietary + Confidential

Evolve

Avançar em modelos de negócios para impulsionar o crescimento sustentável



A cultura de métricas é fundamental
para a construção de qualquer produto
no ambiente digital.

Neue Zürcher Zeitung
ou NZZ ¯_(ツ)_/¯¯

Opção de "salvar para ler depois" ajudou a criar lembrança do conteúdo (a lista fica na home).

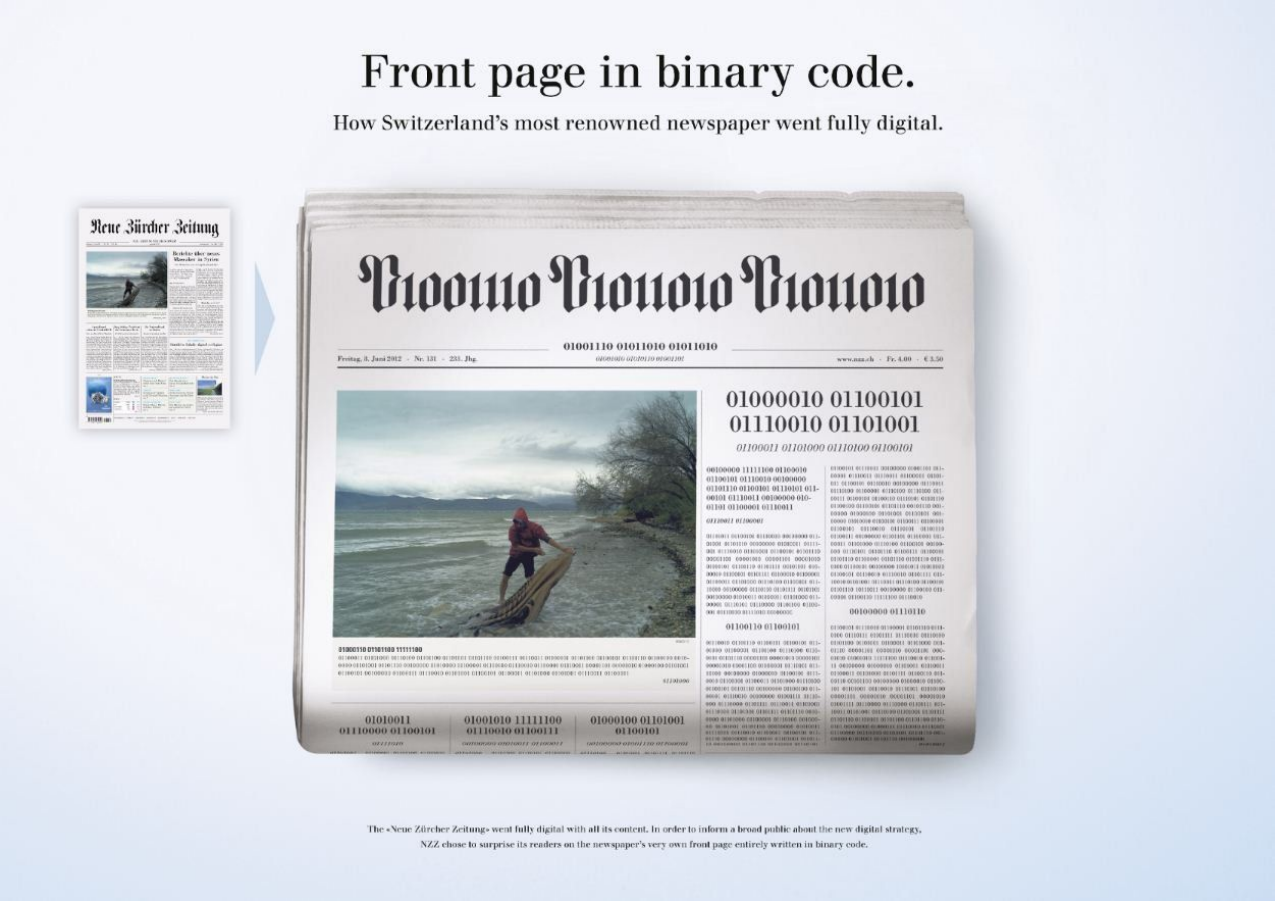
Uso de IA para deduzir interesses com base em comportamento de navegação.

Uso de targets de audiência para **customização de ofertas.**

155 newsletters customizadas.

Objetivo #1 é colocar leitores no funil. Mentalidade de e-commerce.

25% dos usuários cadastrados são assinantes.



Google

Proprietary + Confidential



La Stampa

Modelo freemium.

Conceito "optimizing for quality" na redação.
Leitor só aceita pagar por conteúdo quando enxerga valor no que lê.

Ofertas de assinaturas segmentadas de acordo com interesses do leitor geram **2X mais conversões**.

Proprietary + Confidential

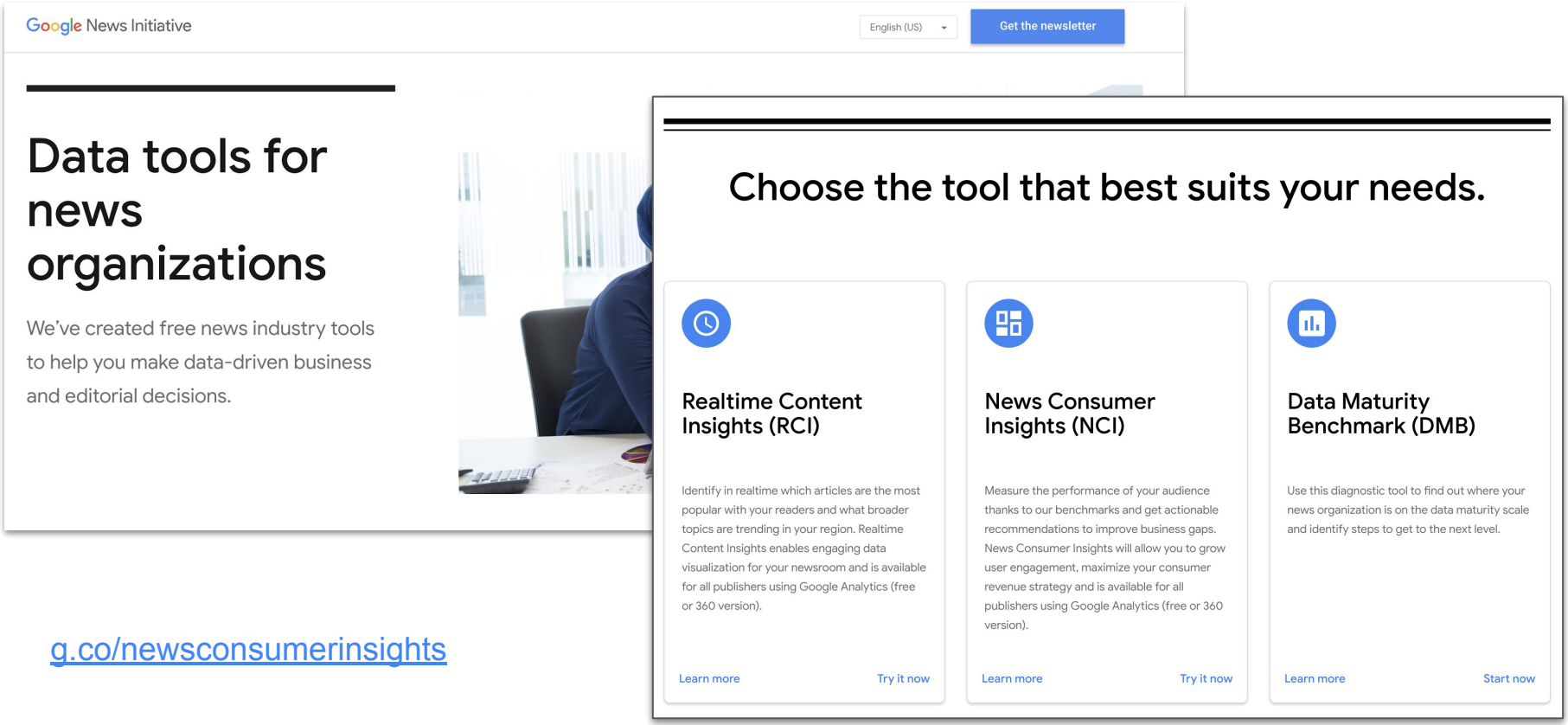
Mas, como reproduzir modelos como esses em menor escala?

Quais dados analisar?

Como tornar essas análises escaláveis e padronizadas?

Proprietary + Confidential

Ferramentas de dados

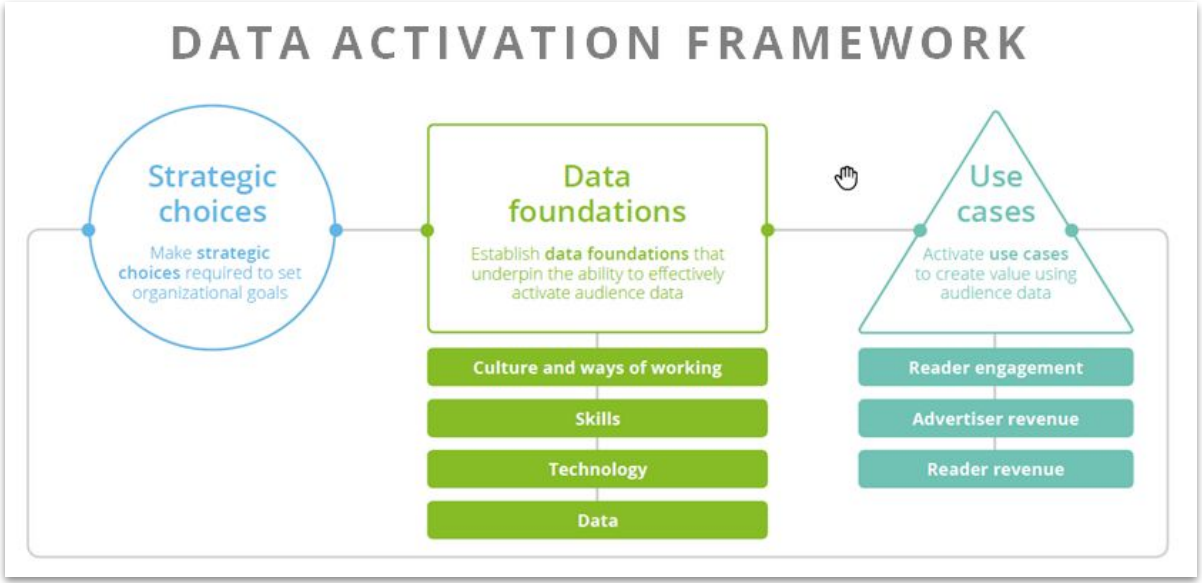


g.co/newsconsumerinsights

Google

Proprietary + Confidential

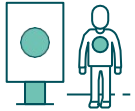
Benchmark de maturidade em dados



Recirculation



Audience-based Advertising



Subscription Pricing and Promotion



Google

Conheça sua audiência

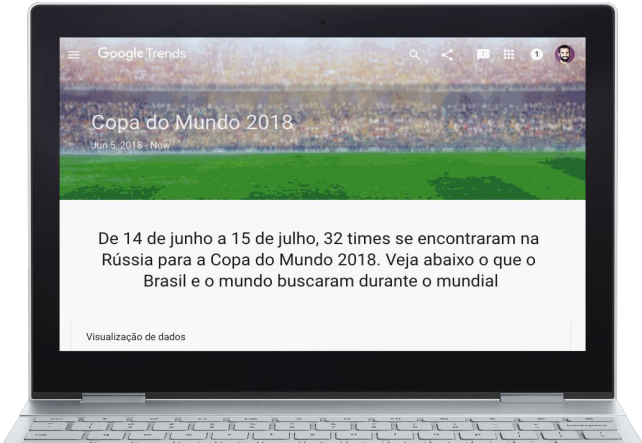
Como atrair, reter e engajar leitores **usando métricas**



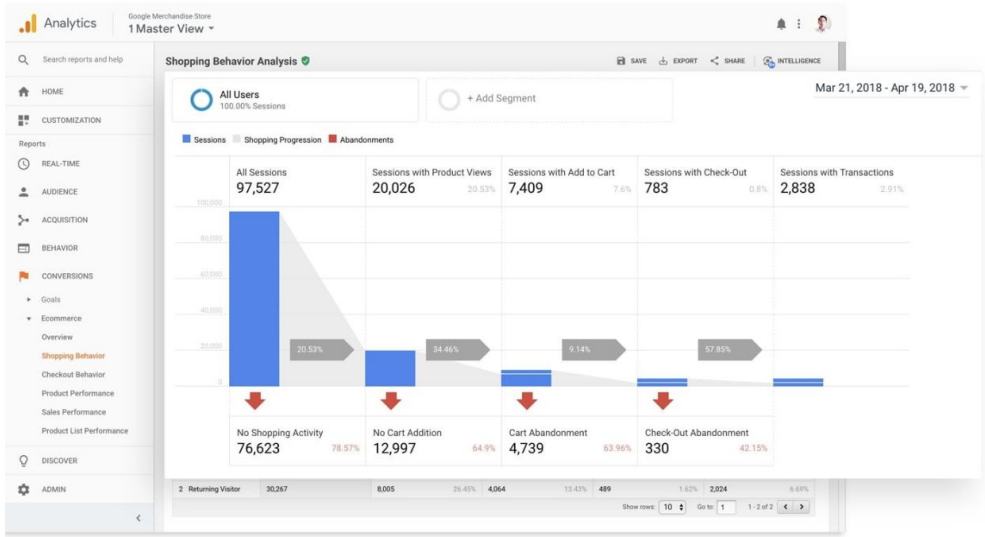
Google Analytics

A análise de métricas é importante para:

1. Conhecer melhor a audiência
2. Aumentar receita com publicidade e assinaturas
3. Melhorar o produto (e a experiência do leitor)
4. Produzir conteúdo melhor e mais relevante
5. Desenvolver novos modelos de negócios

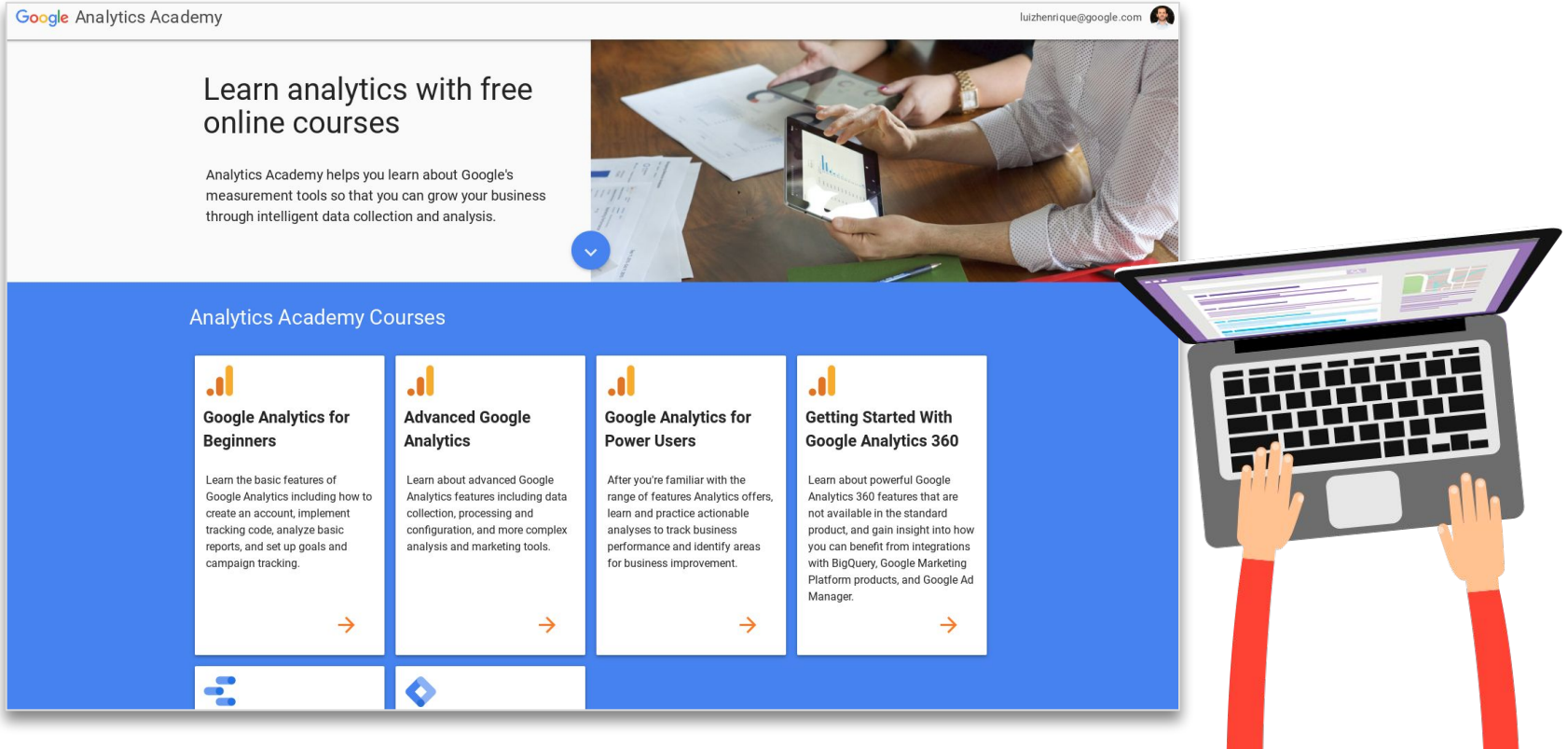


Analytics: como começar



1. Inscreva seu site e cria uma conta em google.com/analytics
2. Adicione um código (tag) de mensuração no seu site
3. Aprenda mais sobre sua audiência e métricas de performance
4. Em poucas horas os primeiros relatórios e insights estarão disponíveis

No Analytics Academy tem tudo



google.com/analytics

Realtime Content Insights

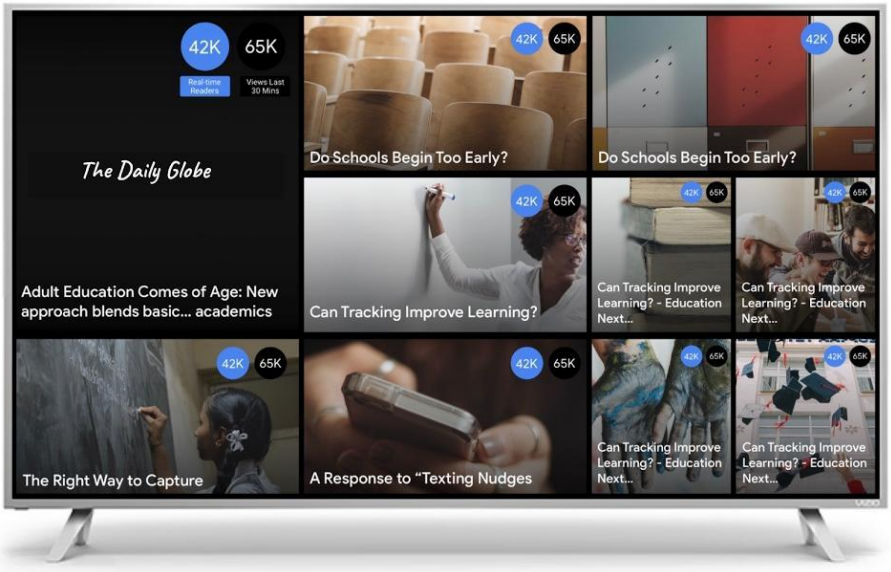
Realtime Content Insights

Realtime Content Insights (RCI) usa dados do Google Analytics, Google Trends e outras fontes de dados para construir um painel de visualização simplificada sobre os interesses da audiência em tempo real.

Com RCI é possível identificar quais são os artigos mais populares neste momento para os leitores e que temas estão gerando maior procura local (país, estado e cidade).

RCI também cria automaticamente um painel de visualização simplificada para as redações e está disponível para publishers usando qualquer versão do Google Analytics.

Newsroom mode - dashboard de visualização de dados para a redação



The “Newsroom” mode

Identifique, em tempo real, quais artigos estão gerando mais audiência



Top Articles

#	PAGE TITLE	REALTIME READERS	PAGEVIEWS LAST 30 MIN
	Select All		
1	[redacted]	75	791
2	[redacted]	27	166
3	[redacted]	20	122
4	[redacted]	15	100
5	[redacted]	12	62
6	[redacted]	12	72
7	[redacted]	10	61
8	[redacted]	9	37
9	[redacted]	9	53

De onde os leitores online estão vindo (indicador também disponível por artigo)

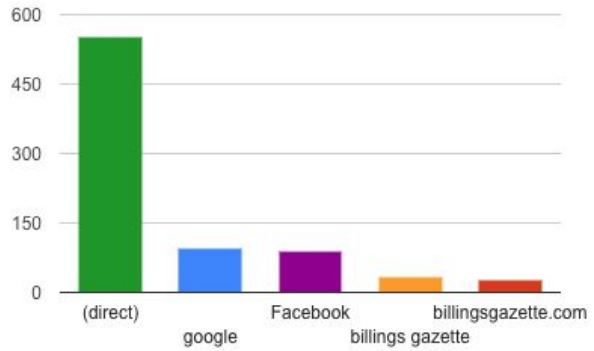
Traffic Sources

Geography

Filter By Cities

#	CITY	REALTIME READERS
1	Billings, Montana	220
2	Salt Lake City, Utah	49
3	Bozeman, Montana	45
4	Madison, Wisconsin	22
5	Helena, Montana	16
6	Phoenix, Arizona	11
7	Washington, District of Columbia	10
8	Roundup, Montana	9
9	Powell, Wyoming	9

Top 5 Referral Sources



Quais são as tendências no país neste momento

United States

Daily Google Trends : United States

1	Detroit Pistons	50,000+
2	National Siblings Day	20,000+
3	Trail Blazers	20,000+
4	National siblings Day 2019	20,000+
5	DLive	20,000+
6	Magic Johnson	500,000+
7	Israel election	500,000+
8	Lori Loughlin	200,000+

Google Trends

Hourly Twitter Trends : United States

Select City

1	#EHTBlackHole	94,988
2	Event Horizon	94,496
3	#TheLionKing	72,769
4	#WednesdayWisdom	60,939
5	#RealBlackHole	59,551
6	#BlackHole	40,052
7	#WednesdayMotivation	26,633

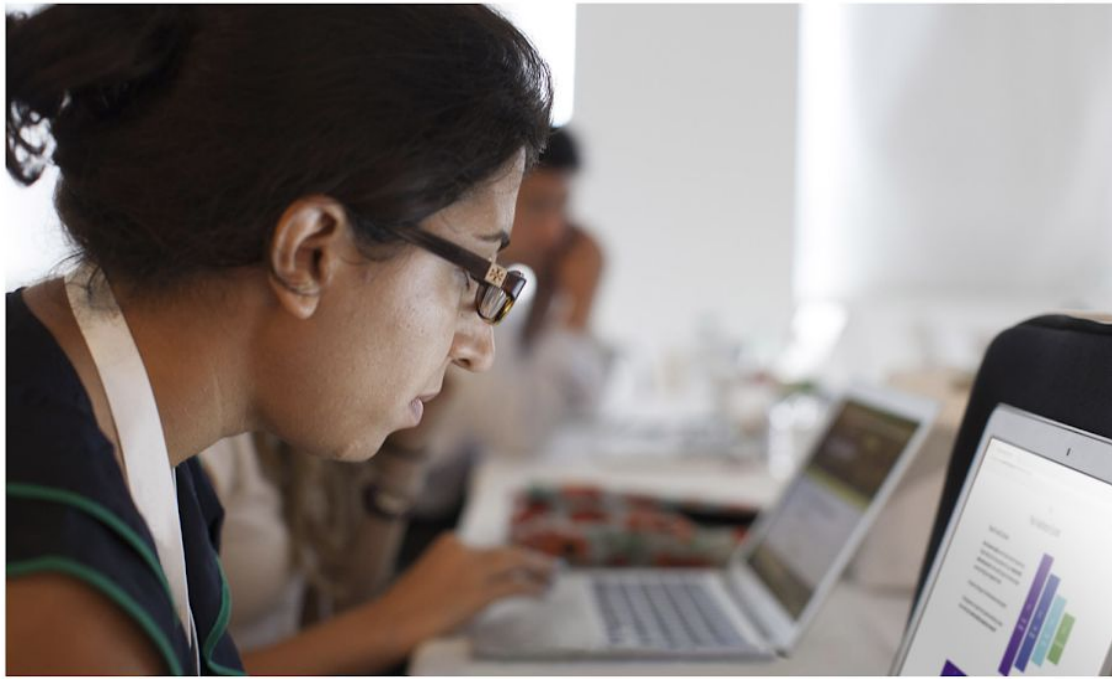
Twitter

News Consumer Insights

News Consumer Insights

Data, analytics, and insights to help publishers build sustainable digital businesses.

Connect Your Data Now



News Consumer Insights

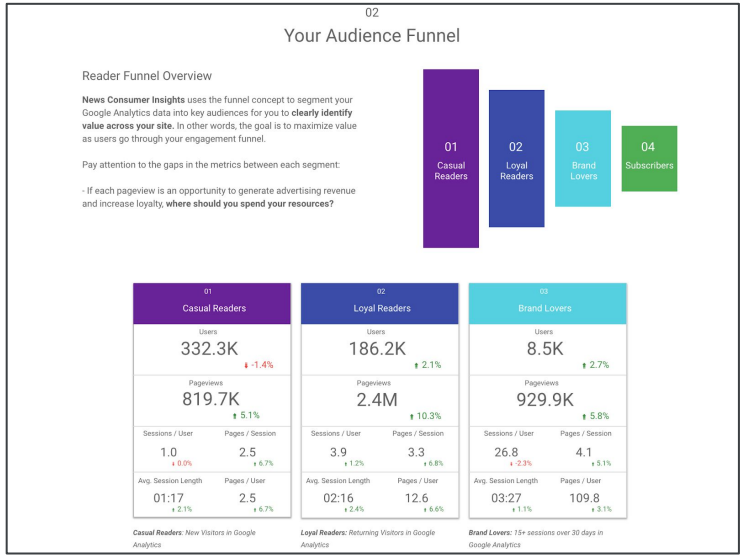
NCI foi desenvolvido para proporcionar aos publishers uma visão diferente de seus dados de Google Analytics e apoiá-los na construção de negócios mais sustentáveis. O relatório pode ajudar a responder questões como:

- Que leitores geram valor no meu site?
- Quais são as formas mais eficazes de alcançar os consumidores?
- Como eu construo uma base de usuários fiéis?
- Como posso melhorar o envolvimento com meus usuários?
- Como posso converter usuários em consumidores pagantes por meio de assinaturas ou patrocínios?

Como o NCI funciona?

Composição do NCI

A estrutura do News Consumer Insights é composta por duas partes:



Um Dashboard

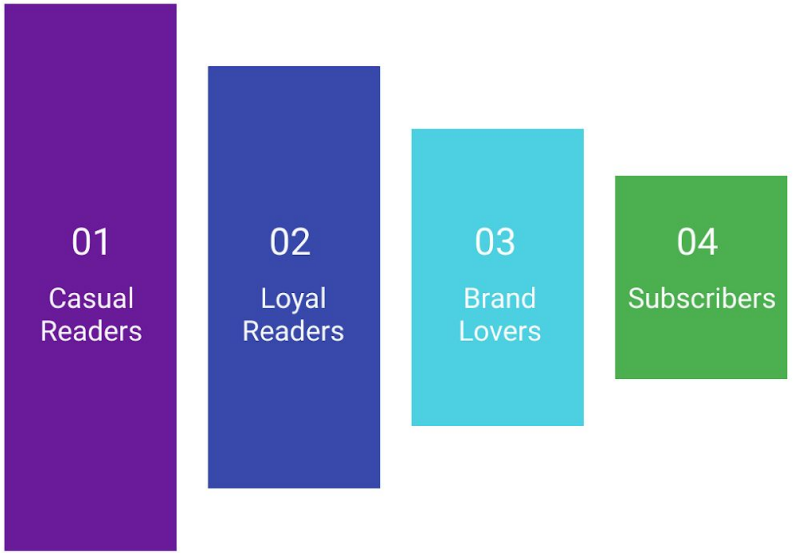


Um Playbook

Segmentação de usuário através do funil de leitores

O relatório usa o conceito de "funil de conversão" para segmentar os dados do Google Analytics em grupos de audiências identificando o seu valor em todo o site.

Isso incentiva os veículos a ficarem atentos para as lacunas nas métricas de cada segmento.



User Value Score
e benchmarks de indústria

“User Value Score” (UVS), é um indicador calculado utilizando as **principais métricas de audiência do Analytics** que ajuda a classificar e priorizar os perfis de leitores do site.

O UVS é usado para comparação com outros veículos de todo ecossistema de News.

Esse número enfatiza o **quanto os usuários do site interagem com o conteúdo**, fornecendo insights sobre receita com publicidade e assinaturas.



1K *News websites included in benchmarks*

Benchmark Site Size - User Base (past 30 days)

- Avg Session Duration
- Sessions / User
- Pageviews / Session
- Pageviews / User

Visão geral do funil do leitor

Data Studio

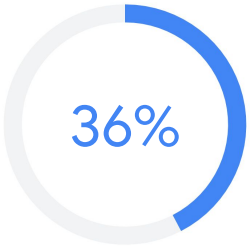
01 Casual Readers	02 Loyal Readers	03 Brand Lovers
Users	Users	Users
321.4K -2.8%	171.9K -7.6%	7.0K -16.8%
Pageviews	Pageviews	Pageviews
754.2K -7.9%	2.1M -12.4%	841.5K -9.9%
Sessions / User	Sessions / User	Sessions / User
1.0 0.0%	3.6 -6.2%	27.6 2.5%
Pages / Session	Pages / Session	Pages / Session
2.3 -5.3%	3.3 1.1%	4.3 5.7%
Avg. Session Length	Avg. Session Length	Avg. Session Length
01:15 -3.1%	02:26 7.7%	03:44 7.6%
Pages / User	Pages / User	Pages / User
2.3 -5.3%	12.1 -5.2%	119.4 8.3%

***Casual Readers**: New Visitors in Google Analytics*

***Loyal Readers:** Returning Visitors in Google Analytics*

***Brand Lovers:** 15+ sessions over 30 days in Google Analytics*

Conjunto de métricas que compõem o painel



% dos usuários que são Loyal Readers e Brand Lovers



% de pageviews gerados pelos Loyal Readers e Brand Lovers

Exemplo:
Desempenho dos leitores leais e brand lovers

of Loyal Readers & Brand Lovers
59.1K

Loyal Readers + Brand Lovers	User Value Score	63 / 100	
Your Data		Benchmarks	Best in Class
Sessions / User	4.52 -2.7%	3.69	11.11
Pages / Session	4.44 -3.5%	3.21	9.41
Avg. Session Duration	00:03:29 -1.8%	00:03:08	00:15:02
Pages / User	20.08 -6.1%	12.31	56.24

# of Loyal Readers & Brand Lovers
112.9K

Loyal Readers + Brand Lovers	User Value Score	55 / 100	
Your Data		Benchmarks	Best in Class
Sessions / User	3.18 -9.3%	2.75	7.66
Pages / Session	2.48 2.5%	2.2	8.2
Avg. Session Duration	00:01:39 16.1%	00:01:27	00:10:07
Pages / User	7.87 -7.0%	6.24	34.01

Otimização Necessária

Melhore a métrica sessões/usuário
Otimize a frequência da visita para incentivar seus leitores a voltar ao site

Otimização Necessária

Melhore a métrica páginas/sessões
Otimize a profundidade da visita para incentivar seus leitores a lerem mais conteúdo

Exemplo:
de onde vem seus leitores leais & brand lovers?

Data Studio



Otimização Necessária

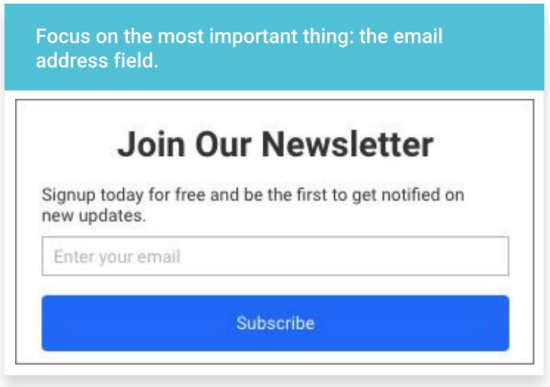
Noficações
Implemente Web Push Notifications para melhorar a frequência da visita.

Otimização Necessária

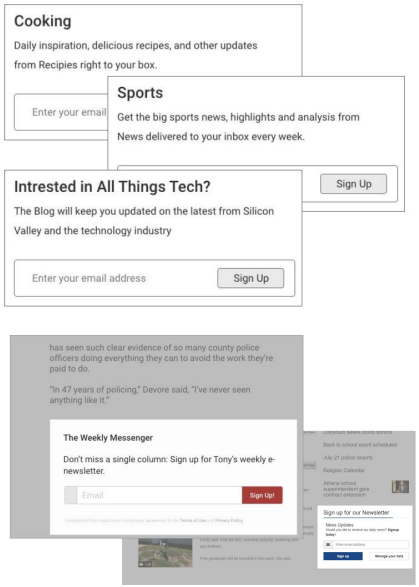
Email
Melhore sua estratégia de aquisição de usuários para suas newsletters.

Estratégia de engajamento de usuário via Newsletter





Mensagem personalizada e Click to Action



Ação Principal

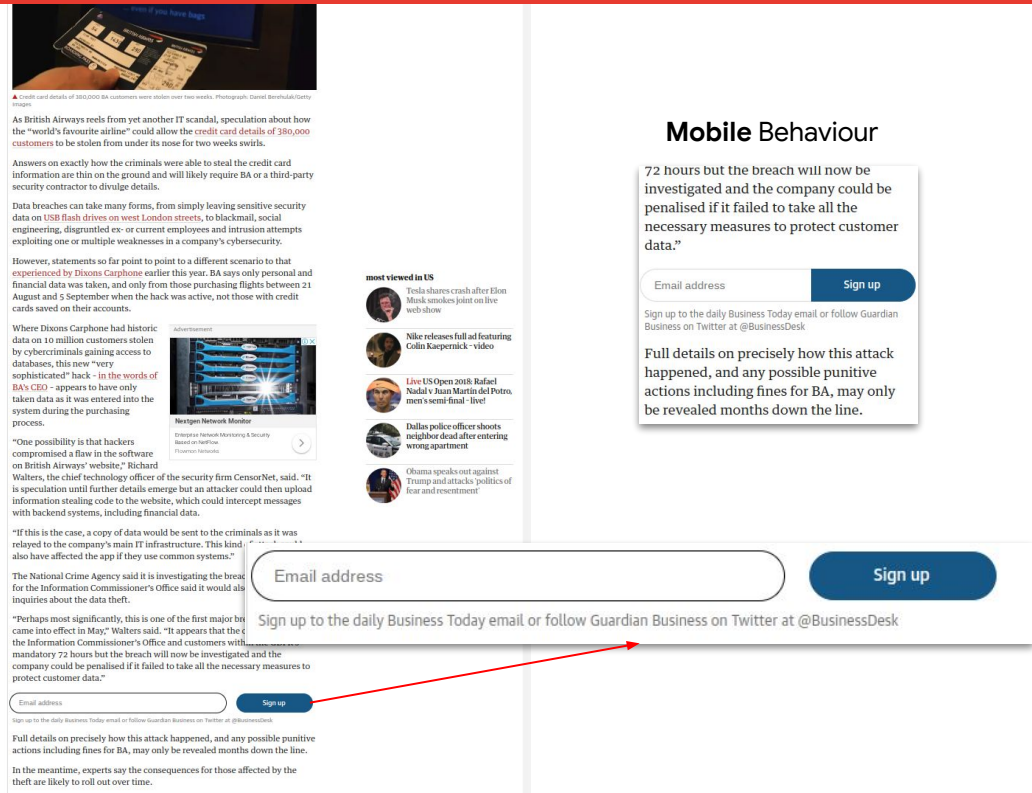
Simplifique o processo de inscrição em newsletters com uma **caixa de um clique e posicione-o dentro do fluxo de seus artigos.** Aprenda a usar o recurso de preenchimento automático do Chrome para preencher previamente os endereços de e-mail.

Exemplo: Newsletter

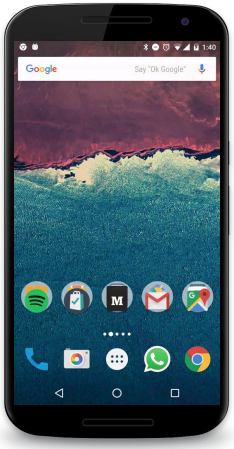
Website: theguardian.com
Modelo: Newsletter com preenchimento no feed

Descrição: O The Guardian possui uma implementação **simples** de newsletters. Ao clicar, o campo de inscrição é **pré-preenchido** com o endereço de email dos usuário.

Você pode aprender como fazer isso no capítulo 'Newsletter Optimization' Chapter do playbook



Web Push Notifications



Quando você envia uma notificação por push, os usuários que ativaram a notificação no dispositivo, recebem um alerta. Ao clicar na notificação, ela será levada para uma URL especificada para a matéria

Configure suas próprias notificações por push:
O envio de mensagens fornece uma maneira simples e eficaz de interagir novamente com seus usuários e, neste guia de Fundamentos da Web, você aprenderá como adicionar notificações por push no seu site.

- Total controle
- Sem custo uma vez implementado

- Necessário HTTPS
- Recurso de desenvolvedor necessário

Configure notificações por push por meio de um terceiro:
Existem muitas empresas de software que fornecem aos publishers a tecnologia para configurar notificações push de forma rápida e fácil. Eles geralmente oferecem um estilo personalizado, configurações de segmentação avançadas (frequência, tipo de tráfego) e exigem pagamento com base no uso.

- Fácil implementação
- Inúmeras opções de customização

- Custo de uso
- Confiança em um terceiro

Ação Principal

A implementação de Web Push Notifications permitirá que seus leitores casuais e fiéis assinem suas atualizações de conteúdo e oferecem um novo meio para que eles voltem ao seu site.

Exemplo:
como desempenham os Casual Readers?

Data Studio

# of Casual Readers
1.1M

Casual Readers	User Value Score	50 / 100	
Your Data	Benchmarks	Best in Class	
Pages / Session	Pages / Session	Pages / Session	
1.41 -10.5%	2.14	5.42	
Avg. Session Duration	Avg. Session Duration	Avg. Session Duration	
00:02:05 -22.6%	00:01:24	00:08:18	

# of Casual Readers
2.0M

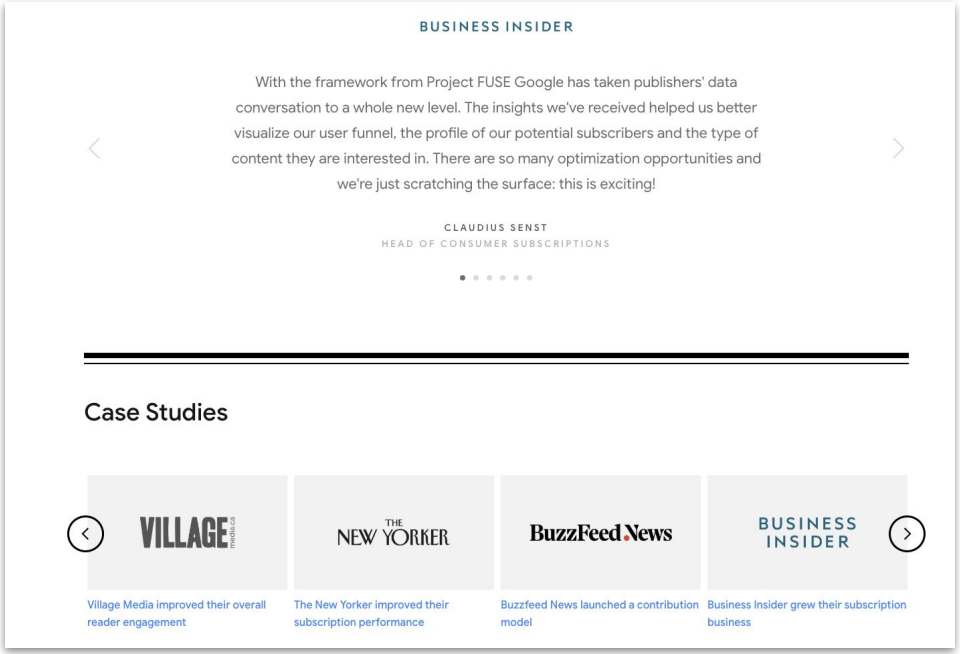
Casual Readers	User Value Score	37 / 100	
Your Data	Benchmarks	Best in Class	
Pages / Session	Pages / Session	Pages / Session	
1.2 -2.0%	1.8	5.6	
Avg. Session Duration	Avg. Session Duration	Avg. Session Duration	
00:00:42 -7.9%	00:00:56	00:07:49	

Otimização Necessária

Velocidade
Altos tempos de carregamento levam os visitantes a saírem do seu site

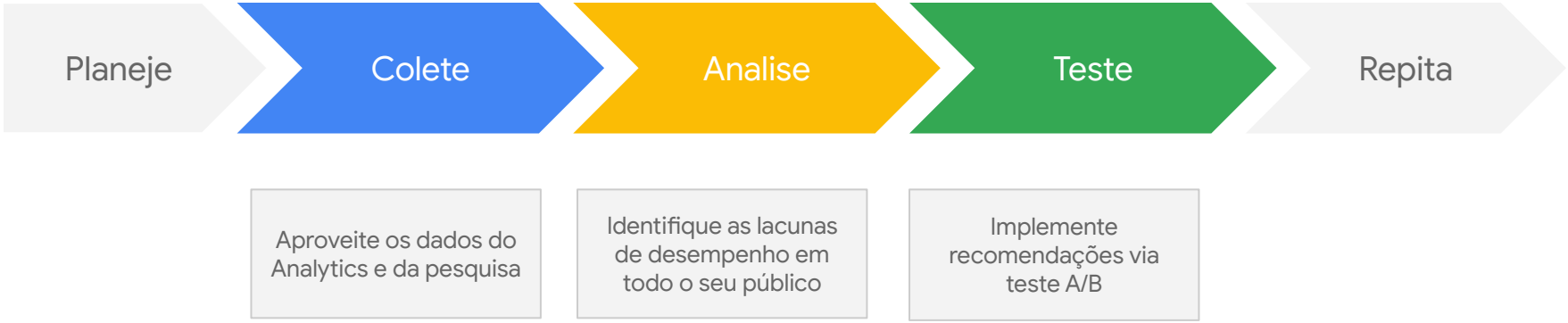
Recomendações

Estudo de Caso: Klix.ba



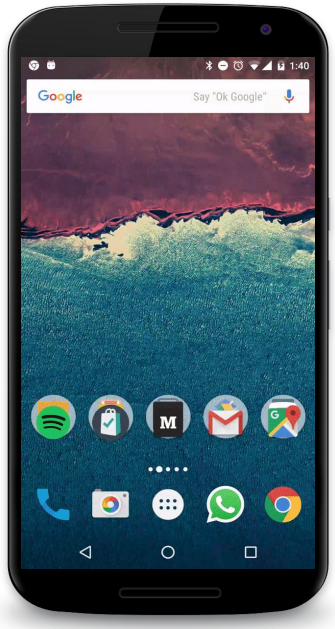
1. Implementação: web push notifications e newsletter
2. Melhorias: circulação interna, velocidade de carregamento e dados estruturais
3. Resultados: +35% PVs e +34% de sessões, totalizando +20% novos usuários
4. Receita: com o aumento do tráfego, +72% de receita programática e +54% de solicitações de anúncios

O processo de coleta e análise de métricas deve ser recorrente



Outras análises necessárias

- Analisar velocidade e tempo de carregamento das páginas para melhoria do produto
- Analisar índices de viewability das posições de publicidade e adotar formatos comuns
- Aplicar pesquisas (surveys) para coleta de informações qualitativas com percepção e opinião dos leitores
- Otimizar Search e Dados Estruturais para melhorar descoberta
- Implementação e oferta de Newsletters e Notificações
- Investir em ferramentas de recomendação de conteúdo para recirculação
- Simplificar o processo de compra online (diminuir fricção; vide Netflix)
- Considerar artigos mais populares como fonte de interesse da audiência para criação de conteúdo e novas editorias/verticais



g.co/newsconsumerinsights

(baixe o playbook em português)

Obrigada!


Google