



The webinar will start 5 minutes past the hour.

Estrategias Digitales para Medios en LATAM

Casos de Éxito con Similarweb

Conoce a quienes les hablan



Felipe del Sol

Senior Director, Ad Intelligence
Similarweb



María José Solís

Director, Customer Success
Similarweb

Las empresas de medios se enfrentan a una **audiencia fragmentada** y distribuida en distintas plataformas. Es **muy difícil diferenciarse** y atraer audiencias.

Hay presión de los clientes para reducir los CPM, lo que hace que la monetización de las impresiones* se ha vuelto **cada vez más difícil**.

Desafíos de Conectar Audiencias e Impulsan Ingresos



Generación de Contenido

Crear material atractivo y de alta calidad que resuene con la audiencia y se alinee con la identidad de marca de la empresa de medios.

Garantizar que su trabajo siga siendo relevante y atractivo en un panorama digital cada vez más saturado: Redes Sociales, E-Commerce, IA.



Obtener Ingresos

Desarrollar e implementar estrategias para monetizar impresiones* de manera efectiva a través de publicidad, suscripciones y asociaciones.

Navegar por el competitivo panorama publicitario, donde las demandas de menores CPM* y los cambios en el comportamiento de los consumidores impactan los flujos de ingresos.

Entender a la Audiencia

De dónde vienen?



Mi Audiencia

A dónde se van?

De dónde vienen?
Cómo vienen?



Mi Mercado Objetivo

A dónde se van?
Cómo se van?

Audiencia Noticias y Medios por País

 Argentina

 Chile

 Colombia

 México

 Perú

Audience

 Dec 2024

37.29M

Unique Visitors last month

↑**10.47%** ⓘ

YoY Change

Audience

 Dec 2024

15.91M

Unique Visitors last month

↑**11.56%** ⓘ

YoY Change

Audience

 Dec 2024

27.87M

Unique Visitors last month

↑**3.83%** ⓘ

YoY Change

Audience

 Dec 2024

50.30M

Unique Visitors last month

↓**-17.91%** ⓘ

YoY Change

Audience

 Dec 2024

13.71M

Unique Visitors last month

↓**-6.08%** ⓘ

YoY Change

¿De dónde Vienen?



News and Media



Chile



Jan, 2024 - Dec, 2024



All traffic

Traffic Share ⓘ



¿De dónde Vienen?



News and Media



Colombia

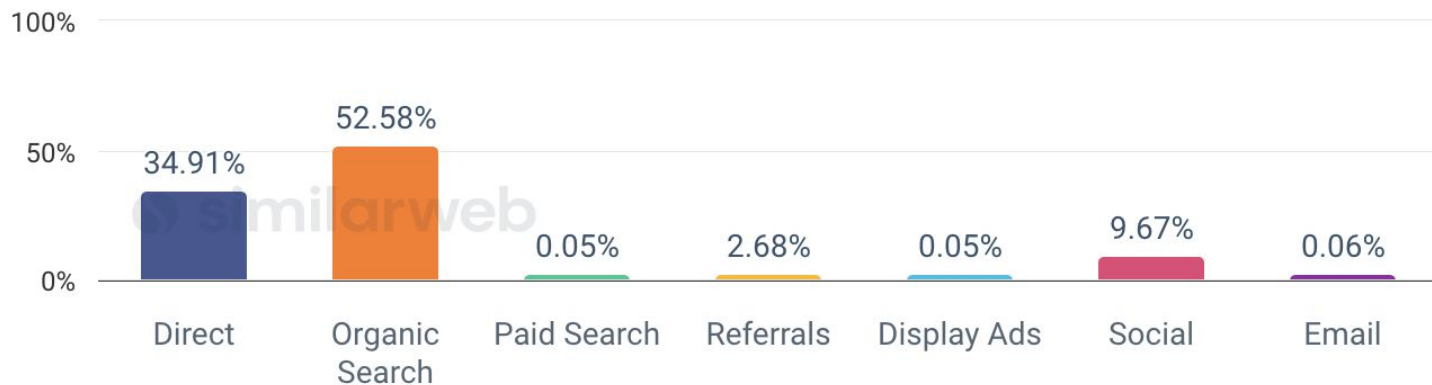


Jan, 2024 - Dec, 2024



All traffic

Traffic Share (i)



¿De dónde Vienen?



News and Media



Mexico

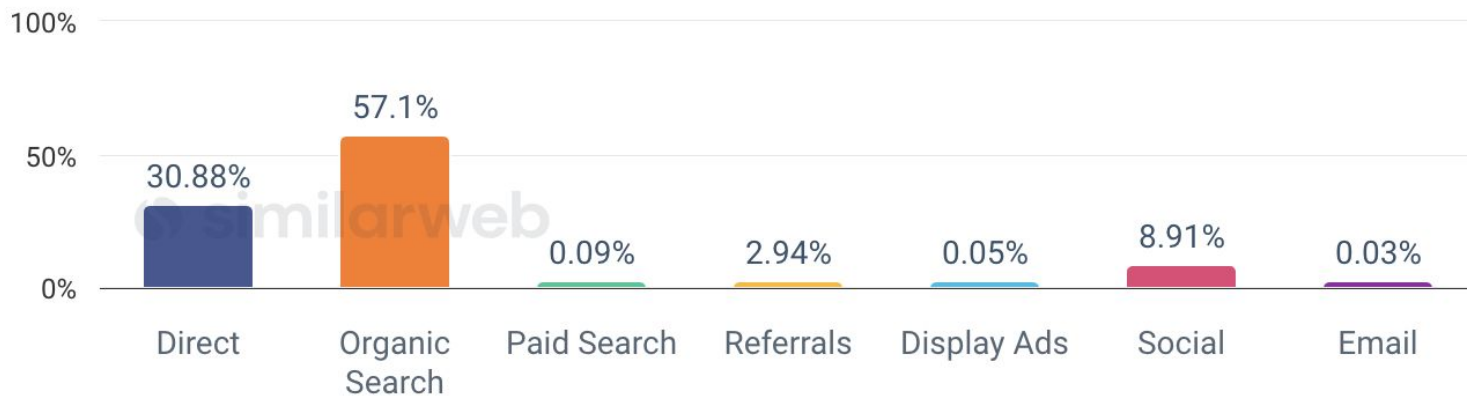


Jan, 2024 - Dec, 2024



All traffic

Traffic Share ⓘ



Los Medios dependen de Google y los cambios los están afectando

 Adweek

Exclusive: Forbes, CNN, and More Lose Millions as New Google Policy Tanks Affiliate Businesses

The search visibility of the Forbes, Wall Street Journal, CNN, Fortune, and Time affiliate businesses has fallen dramatically in recent months.

1 month ago



According to one publishing industry trade body representative, based on early indicators and “as a conservative ballpark”, publishers have seen **5-10% decreases in traffic from search since AI Overviews were launched amid other changes to Google's search algorithm.** 26 Nov 2024



The Media Leader

<https://uk.themedialeader.com/publishers-say-googles...>

Publishers say Google's AI Overviews have reduced traffic ...



Reddit · r/SEO

160+ comments · 3 months ago

Google August 2024 Core Update Wiped Out 99% Of My ...

Google August 2024 Core Update Wiped Out 99% Of My Website Search Traffic (SeasonalCookbook.com). In the past week since August 15, 2024 when ...

I got 15% **decrease** in **organic** traffic for just 1 Week - Reddit 24 Apr 2024
Reversing Traffic **Drop** From March **2024** Update - SEO - Reddit 25 Jun 2024
Blog Traffic dropped 99% after the **Google 2024** March update 25 Apr 2024
Sudden **Drop** in Search Ranking and Traffic After **Google** ... 28 May 2024
More results from www.reddit.com

El ecosistema de Search Orgánico está cambiando

La Era del "Actor Único"

Google

Hoy

Google

ChatGPT

amazon

TikTok

YouTube

reddit

Instagram

Mi Tráfico de Google cae

Nuevas funciones SERP

Más anuncios pagos ↑ CPC

200+ factores de rankings

"Zero-Click" Search

AI Overviews en SERPs

Actualizaciones de algoritmos más frecuentes

Algoritmos desconocidos

El consumidor de la Generación Z

El auge de Reddit

Diferentes intenciones y comportamientos

TikTok ban?

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

¿A dónde van los clientes?

¿Qué están haciendo los clientes?

¿Cómo puedo mantenerme relevante?

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

**Panorama
competitivo**

**Comportamiento
de Audiencia**

**Cambios en
Plataformas**

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

Panorama competitivo

- Análisis comparativo de la cuota de tráfico
- Actores en ascenso y en declive
- Disruptores del mercado
- Estrategias de los competidores

Comportamiento de Audiencia

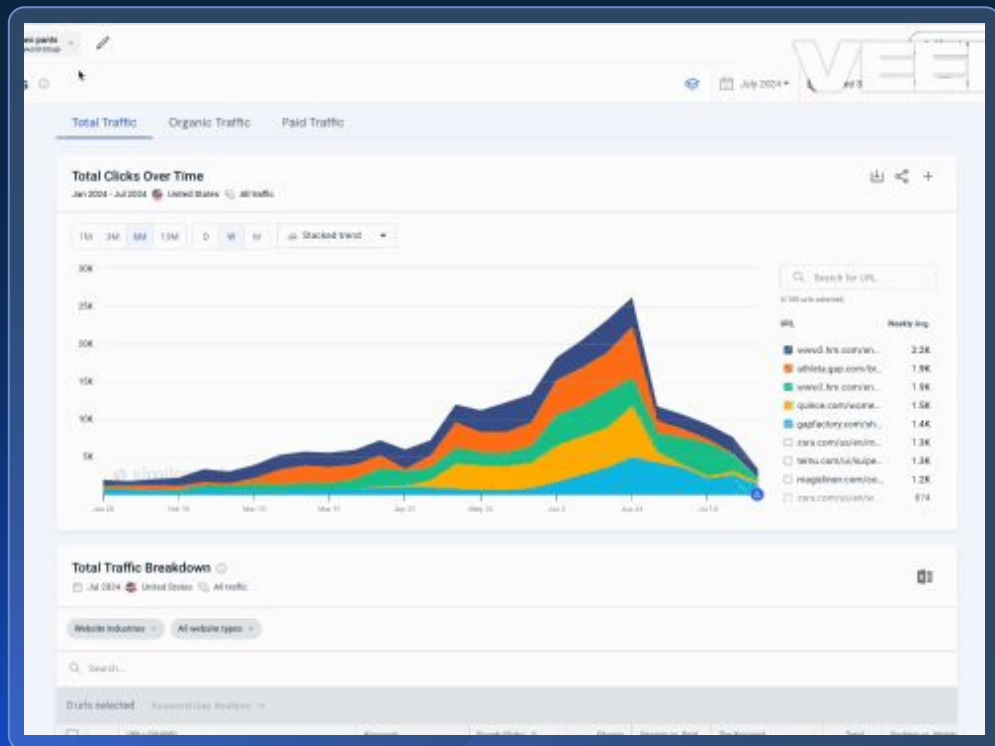
- Plataformas de search
- Comportamiento del usuario
- Tendencias del consumidor
- Onsite Search Keywords
- Prompts de GenAI*

Cambios en Plataformas

- Impactos de cambios de algoritmos en tiempo real
- Nuevas funciones de SERP
- Funciones de "cero click"
- Fuentes de respuesta GenAI*

Tráfico y participación en cualquier plataforma, sitio web, aplicación o canal monitoreados en tiempo real

Datos de comportamiento de usuarios reales



Monitorear las preferencias de la audiencia para el desarrollo de la audiencia y el SEO

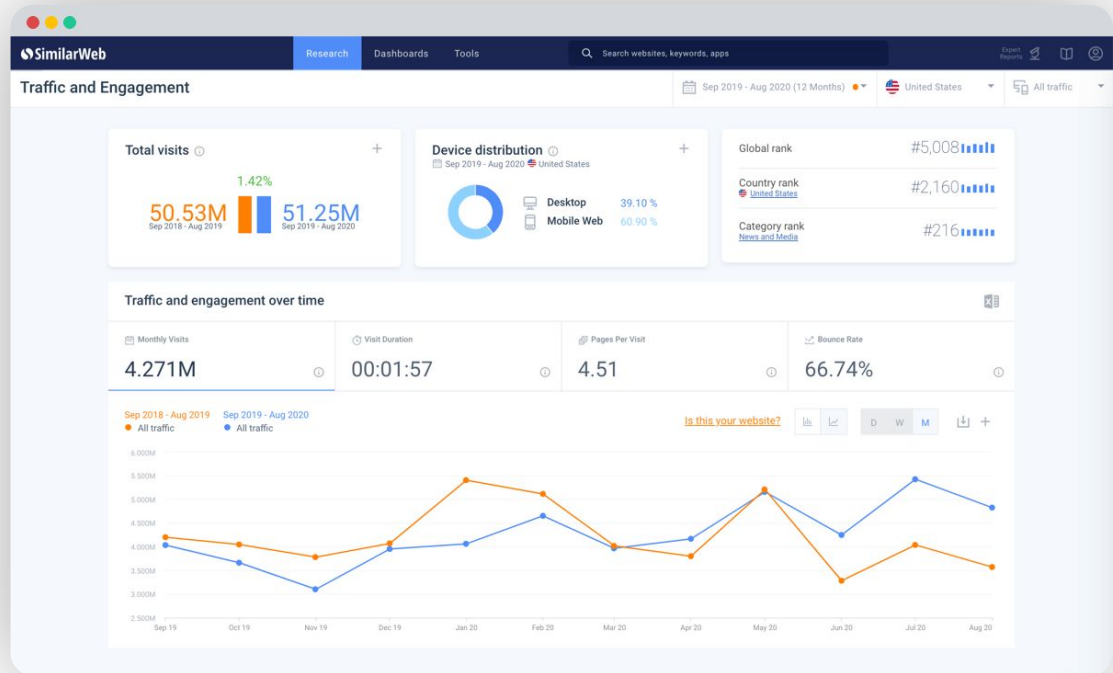
- ¿En qué palabras clave se posicionan mis competidores?
- ¿En qué temas estoy perdiendo ante mis competidores en las búsquedas?
- ¿En qué temas se activa la IA de Google?
- ¿Dónde está mi audiencia cuando no está en mi sitio?
- ¿Cuáles son las secciones más populares de mis competidores?
- ¿A dónde va mi audiencia antes de visitarme a mí o a mis competidores?
- ¿A dónde va mi audiencia después de abandonar mi sitio?



**¿ Cómo los medios más
relevantes del mundo ocupan
nuestros datos ?**

Analiza las tendencias del mercado

Accede a datos históricos para ejecutar análisis mes a mes, trimestre a trimestre y año a año.



Aumentar mis Ingresos

Suscriptores



Mi Audiencia

Publicidad

Aumentar Audiencia

Incentivar la Conversión



Prospectos

Estrategia de Marketing

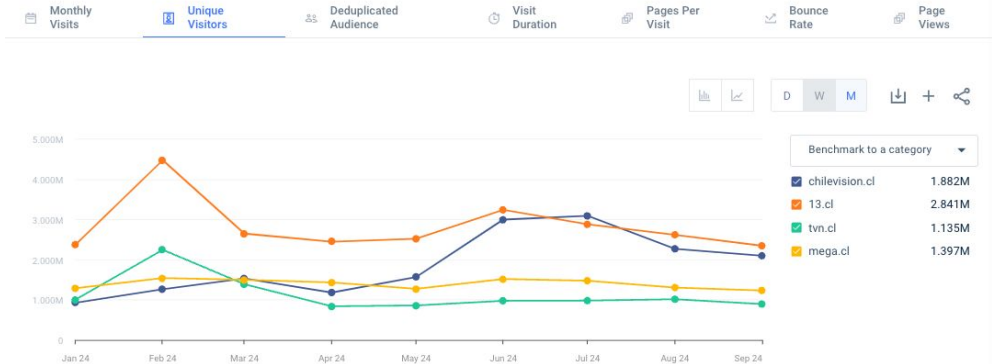
Inversión Publicitaria

Maximiza los ingresos publicitarios

1. Dirigir la conversación desde los CPMs hacia la afinidad de la audiencia.
2. Comparar y posicionarse contra los competidores para ganar un mayor porcentaje de los presupuestos publicitarios.

Cross-browsing behaviors ⓘ

% of bancochile.cl visitors also browse chilevision.cl		Also visited			
	Cross-Visitation	chilevision.cl	13.cl	tvn.cl	mega.cl
1.77%	↑ 27.40% PoP Change				
Visitors to					
chilevision.cl			15.11%	9.53%	11.19%
13.cl		27.18%		13.57%	14.39%
tvn.cl		37.03%	29.19%		25.32%
mega.cl		27.82%	20.83%	17.09%	
bancochile.cl	1.77%	0.89%	0.67%	0.79%	



Source: Similarweb

Display + Search



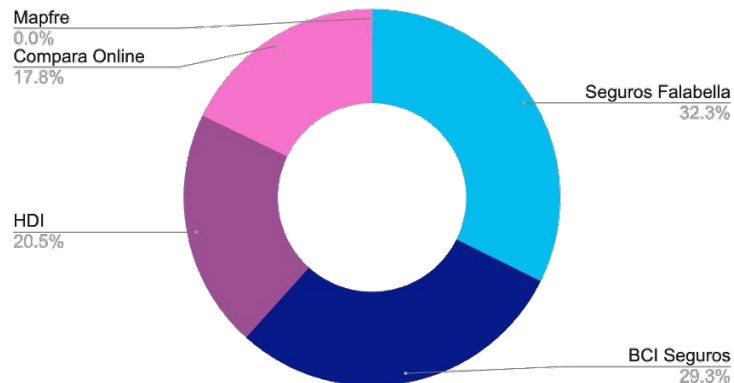
Display Ad Spend



- 83,86% - seguros falabella
- 12,53% - seguros bci
- 2,01% - compara online
- 1,60% - hdi seguros



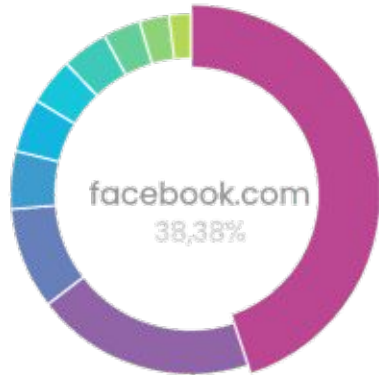
Search Ad Spend



Display + Search



Display Media Plan



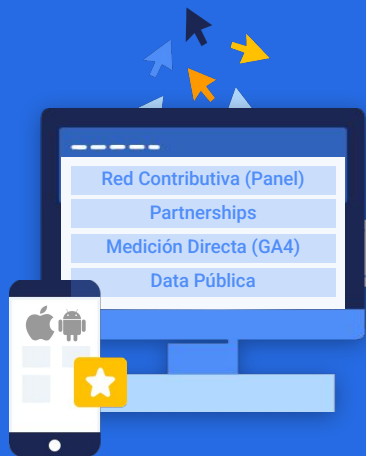
- 38,38% - facebook.com
- 16,80% - youtube.com
- 7,80% - publimetro.cl
- 4,43% - meganoticias.cl
- 4,13% - 24horas.cl
- 3,59% - latercera.com
- 3,55% - mega.cl
- 2,86% - redgol.cl
- 2,28% - lacuarta.com
- 1,68% - pnt.cl



Search Keyword Plan

Search Terms (18,463)	Competitive Traffic Share	Volume	CPC	Organic vs Paid	SERP Features
soap	32.5% 19.5% 15.4% 32.4%	47,840	\$0.18	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄
soap 2024	35.6% 23.7% 12.1% 28.4%	23,400	\$0.14	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄
soap bci	100%	6,030	\$0.56	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄
reimprimir soap ...	100%	4,180	\$0.33	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄 📄 📄
seguro automotriz	27.2% 24.9% 13.0% 32.0%	9,140	\$1.28	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄
seguro obligatori...	28.9% 21.4% 17.0% 32.7%	3,640	\$0.16	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄 📄
seguro de viaje	10.2% 44.5% 38.2%	5,110	\$2.83	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄 📄
soap 2024 más ...	22.1% 31.8% 13.5% 32.6%	3,750	\$0.16	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄 📄
soap moto	24.3% 21.4% 31.5% 13.1%	2,880	\$0.16	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	-
bci soap	100%	2,410	\$0.56	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	📄
seguro soap	38.2% 12.7% 17.9% 31.2%	6,310	\$0.23	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>	-

1 Data Recopilación



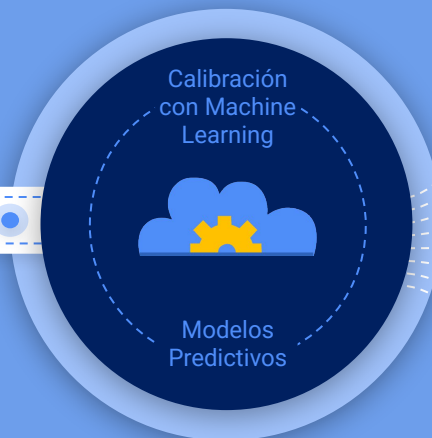
Creamos el universo de datos de señales digitales más diversificado de la industria, construido a partir de conjuntos de datos estadísticamente representativos que preservan la variedad entre países, industrias, grupos de usuarios y dispositivos.

2 Data Síntesis



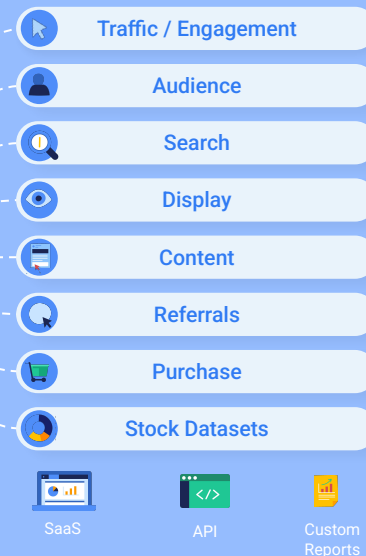
Una vez recopilados los datos, ejecutamos un sofisticado proceso algorítmico para limpiar, combinar, sintetizar, procesar y combinar las entradas para el modelado de datos.

3 Data Modelar



Luego, los datos normalizados se procesan mediante una calibración avanzada de aprendizaje automático y modelos predictivos para brindar una visión precisa y consistente del mundo digital a lo largo del tiempo.

4 Data Entrega



El motor de inteligencia genera información poderosa y lista para usar que se entrega a través de nuestra plataforma práctica o API para ayudarlo a tomar mejores decisiones y crecer de manera inteligente.

Nuestro enfoque único e inigualable para medir el mundo digital

1

Recopilación

Datos anónimos comportamiento

First Party Medición Directa (GA4)

Data Pública

Partnerships

- Web
- Mobile Web
- iOS
- Android

2

Síntesis

- Limpiar
- Parear
- Sintetizar
- Procesar
- Mezclar

3

Modelar

Calibración con AI

Modelos Predictivos

4

Inteligencia Digital

Search	Content
Display	Audience
Traffic / Engagement	Purchase
Referrals	Stock Datasets



Reuters



Key Takeaways

Comprender la audiencia es clave: saber de dónde vienen, a qué medio van y qué hacen después.

La dependencia de Google está impactando a los medios frente a sus cambios constantes.

Los principales medios del mundo usan inteligencia de mercado para expandir su audiencia y maximizar ingresos.

El crecimiento digital requiere datos de usuarios reales: granulares, precisos y en tiempo real.

La inteligencia de mercado no es una opción, es el camino para competir y liderar en el entorno digital.



The webinar will start 5 minutes past the hour.

Estrategias Digitales para Medios en LATAM

¿Preguntas?