

A decorative background featuring a network diagram. It consists of numerous nodes, represented by circles of varying sizes and shades of gray, connected by thin, light gray lines. Some nodes are highlighted with a solid blue dot, and others are enclosed in a blue circular outline. The network is distributed across the slide, with a denser cluster on the left side and a more sparse arrangement on the right.

Presentación

Visión de empresa

¿Cuál es el objetivo final de una empresa?

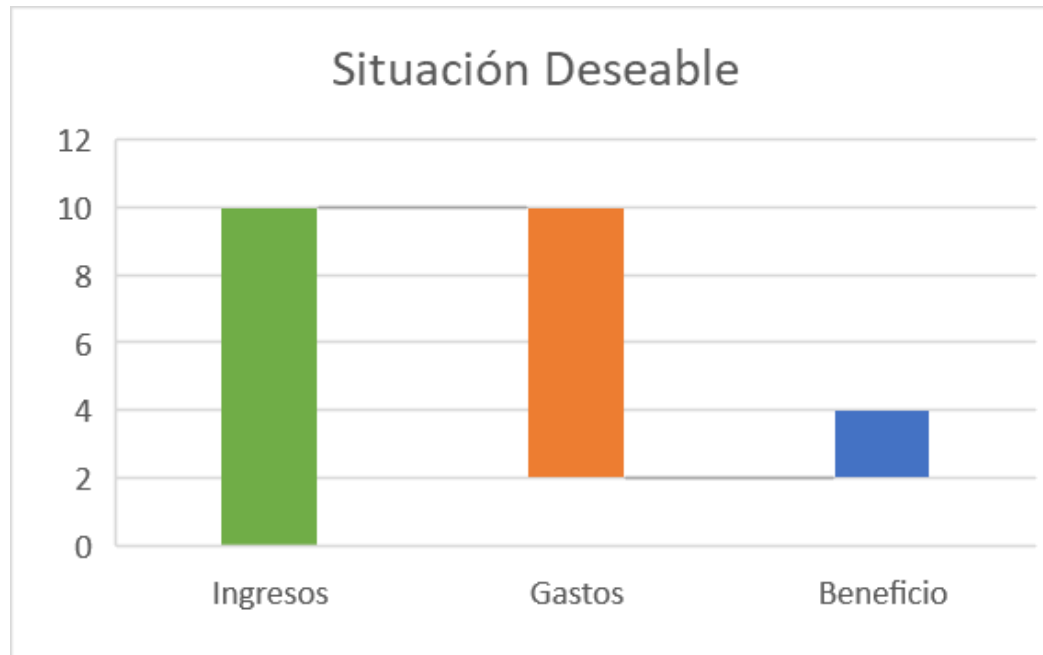
Ganar dinero



Visión de empresa

¿Cuál es la fórmula básica?

$$\text{Ingresos} - \text{Gastos} = \text{Beneficio}$$



Relación de magnitud → Típico por sectores

Visión de empresa

Cuenta de Explotación

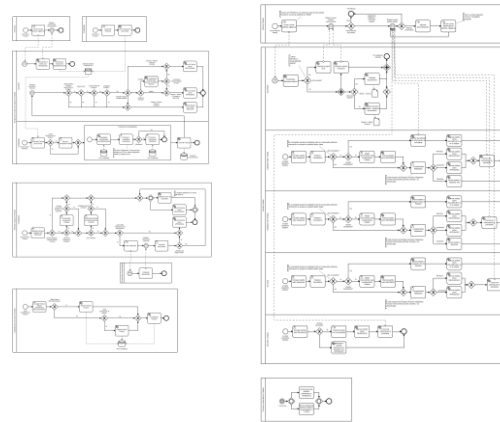
+ Ventas
- Coste de las ventas
Margen bruto
- Gastos de personal
- Alquileres
- Gastos informáticos
- Gastos de luz, agua, gas
- Amortizaciones
- Otros gastos
- Total gastos de explotación
Margen de explotación
+ Ingresos financieros
- Gastos financieros
- Dotación a provisiones
Resultado de la actividad ordinaria
+ Ingresos extraordinarios
- Gastos extraordinarios
Beneficio antes de impuestos
- Impuestos
Rdo. Neto

¿Cómo podemos ayudar los técnicos al objetivo de la empresa en cada una de sus partidas?

Gastos - ¿Cómo ayudamos desde tecnología a reducirlos?

● Automatización de procesos

- Estandarización forma trabajo y producto final
- Reducción de errores
- Reducción de personal
- Aumento tiempo trabajo
- Reducción time to market
- Ejemplos BPM



● Gestión Documental

● Infraestructuras SaaS

- Gasto Variable / Gasto Fijo
- No se deprecia con el paso del tiempo ni se queda obsoleto
- Permite regular el servicio frente a su necesidad
- Aumento eficiencia económica

<https://azure.microsoft.com/es-es/>

Ingresos – Medios de comunicación

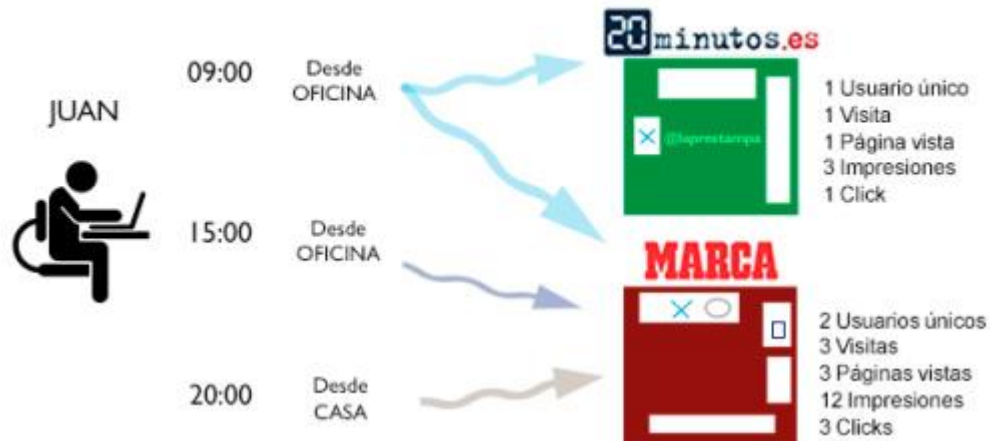
Tradicionales

- Venta periódicos papel
 - Puntos de distribución: kioscos, gasolineras, ...
 - Suscriptores papel
- Promociones
 - A recoger en punto de distribución
- Venta publicidad
 - Posiciones en el papel
 - Publicidad Display en web, CPM

Ingresos – Medios de comunicación

Publicidad web, conceptos básicos

Cómo se contabilizan visitas y usuarios únicos



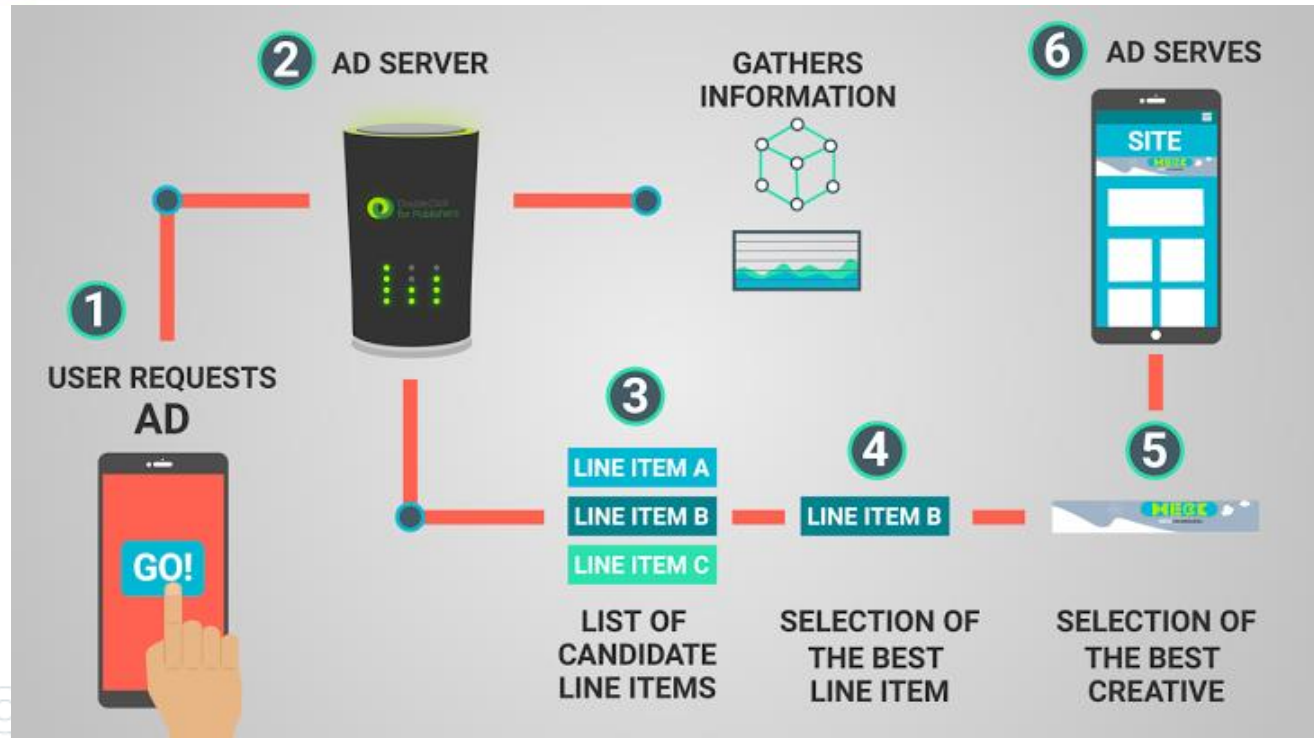
Ingresos – Medios de comunicación

Tarifa Prensa



Ingresos – Medios de comunicación

Publicidad web, cómo funciona el proceso



Ingresos – Medios de comunicación

Innovadores

- ⊙ Contratación desde el canal web
- ⊙ Paquetización de ventas
- ⊙ Venta periódicos digitales
 - Suscriptores digitales
- ⊙ Eventos
 - Convertir el periódico en un foro de opinión y referencia
- ⊙ Venta publicidad
 - Performance: CPC, CPL
 - Programática
 - Indirecta: Open. Es como la bolsa, al mejor postor bajo nuestras reglas de venta
 - Directa: Garantizada, precio fijo, como la tradicional pero automatizada

Ingresos – Medios de comunicación

¿Qué busca el cliente?

Optimizar mucho su inversión: impactar sólo a su target, llegar a su target allí donde esté

¿Cuáles son las bases tecnológicas de estas ventas innovadoras?

Recordad, tienen que dar beneficio, y por lo tanto hay que maximizar ingreso y minimizar gasto, tanto el cliente como nosotros → Hay que medirlo

Ingresos – Medios de comunicación

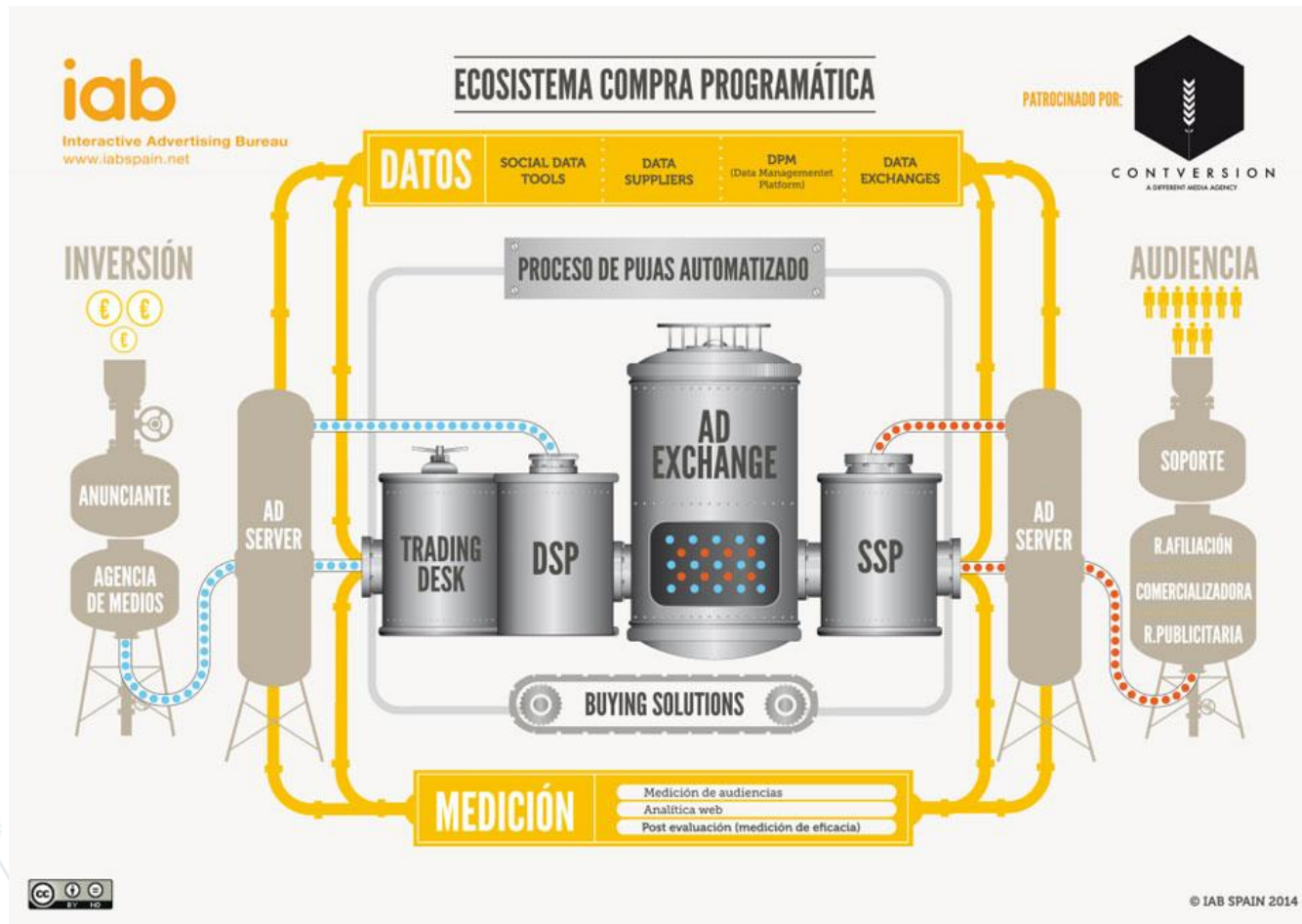
Cómo funciona la publicidad programática

DIRCOMFIDENCIAL

GoAnimate

Ingresos – Medios de comunicación

Arquitectura publicidad programática



Ingresos – Medios de comunicación

La importancia de las cookies
Los bloqueadores publicitarios

lizar se
ostrarle
tinúa n

ad

Mu

enid

allec
ños
onta
ochi
7-11-2
Ei
tula
lase
7-11-2
oró:
by n

Configuración de privacidad de proveedores de publicidad asociados a la IAB ✕

Algunas empresas seleccionadas pueden acceder y usar la información para los fines descritos. Puedes personalizar tu elección o continuar usando nuestra página si estás de acuerdo con los propósitos.

USTED PERMITE

+ Almacenamiento y acceso a la información	Rechazar	Aceptar
+ Personalización	Rechazar	Aceptar
+ Selección, envío, informe de contenido	Rechazar	Aceptar
+ Selección, envío, informe de anuncio	Rechazar	Aceptar
+ Medición	Rechazar	Aceptar

POR TODOS NUESTROS SOCIOS

Ver nuestros socios

PRIVACY MANAGEMENT BY DIDOMI

Rechazar todo

Aceptar todo

actuar

Ingresos – Medios de comunicación

Bases tecnológicas

- ◎ Infraestructuras SaaS (Amazon, SAP, Azure)
- ◎ Big Data (generador de nuevos productos)
- ◎ BI (análisis información)
- ◎ APIs
- ◎ Soluciones multidispositivo
- ◎ Data Warehouse
- ◎ Data Lake
- ◎ Herramientas email marketing
- ◎ ...

Base Tecnológica – Big Data

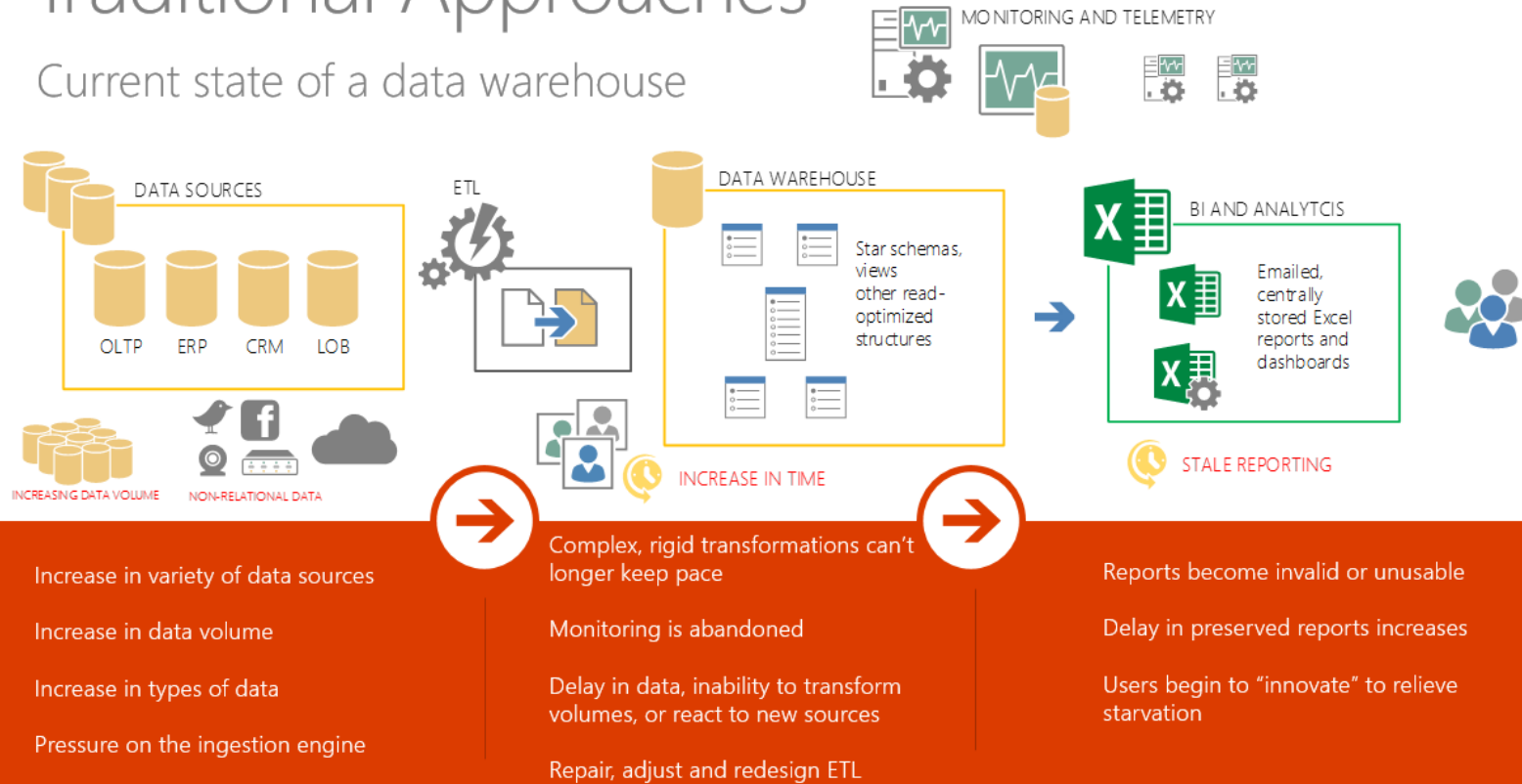
Datos base:

- ⊙ Logs servidor
- ⊙ Cookies
- ⊙ Tag en la web
- ⊙ Información estructura de la corporación: registro usuarios
- ⊙ Enriquecimiento de información

Base Tecnológica – Data Lake y Data Warehouse

Traditional Approaches

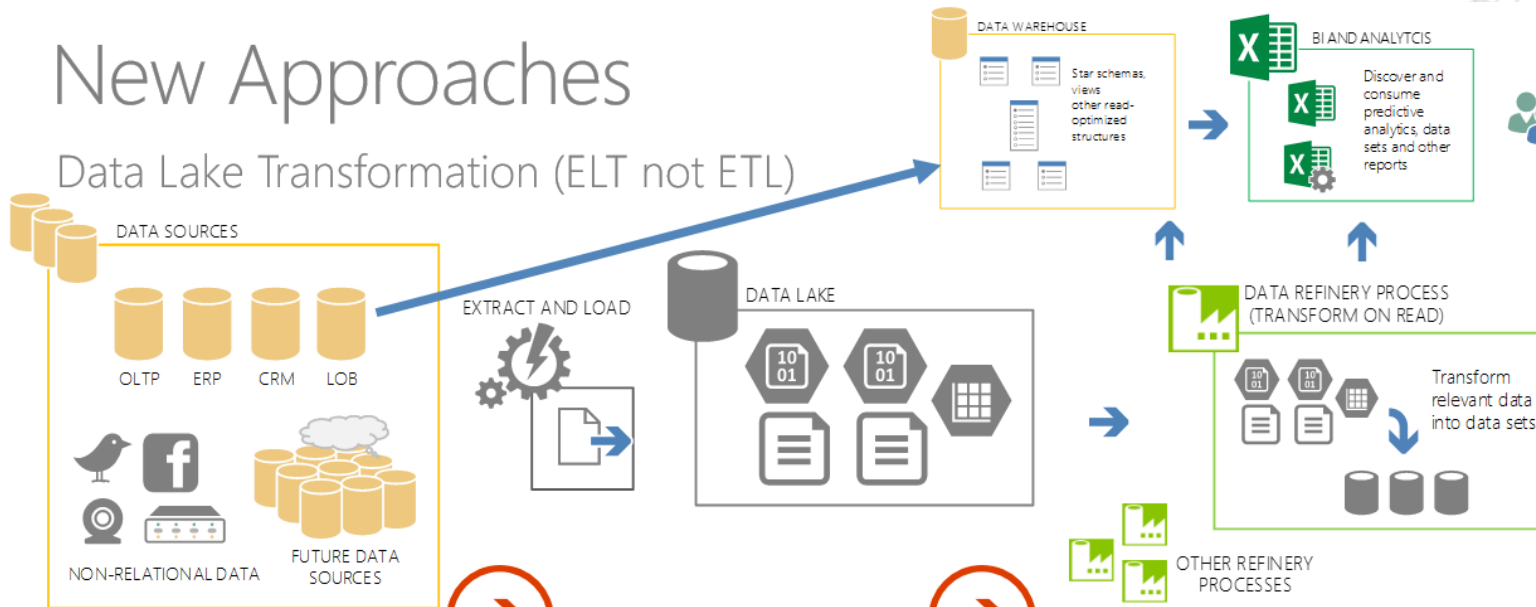
Current state of a data warehouse



Base Tecnológica – Data Lake y Data Warehouse

New Approaches

Data Lake Transformation (ELT not ETL)



All data sources are considered

Leverages the power of on-prem technologies and the cloud for storage and capture

Native formats, streaming data, big data



Extract and load, no/minimal transform

Storage of data in near-native format

Orchestration becomes possible

Streaming data accommodation becomes possible



Refineries transform data on read

Produce curated data sets to integrate with traditional warehouses

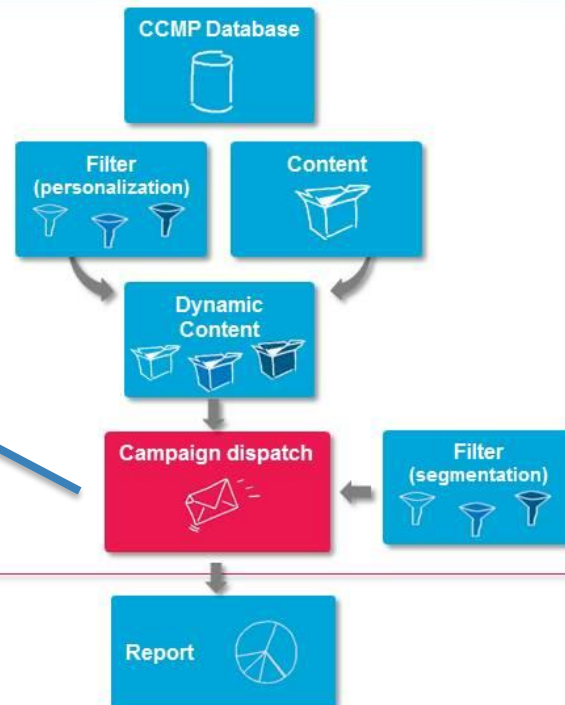
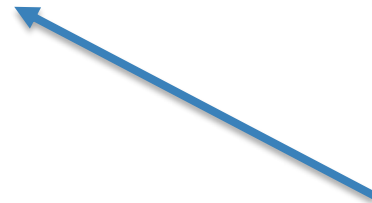
Users discover published data sets/services using familiar tools

Base Tecnológica – Ejemplos utilización datos

Email marketing



CCMP Overview



The platform interface is designed to place the user in control from data integration to campaign execution.

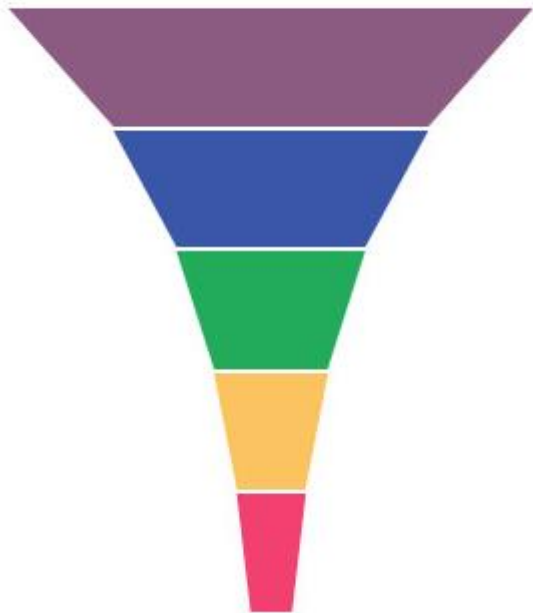
The creation of a campaign can be defined in few steps:

1. Data integration
Import of User and Client Data.
2. Filter setup
Create Business Rules and Filters that should be used in your Campaign.
3. Content Blocks setup
Create Contents that should be later used in your Campaign.
4. Dynamic Blocks setup
Create Dynamic Blocks by using and combining Filter and Content Blocks.
5. Campaign setup
Create personalized and flexible campaigns using Dynamic Blocks.
6. Reporting
Review the performance of the Campaign with the reporting feature.

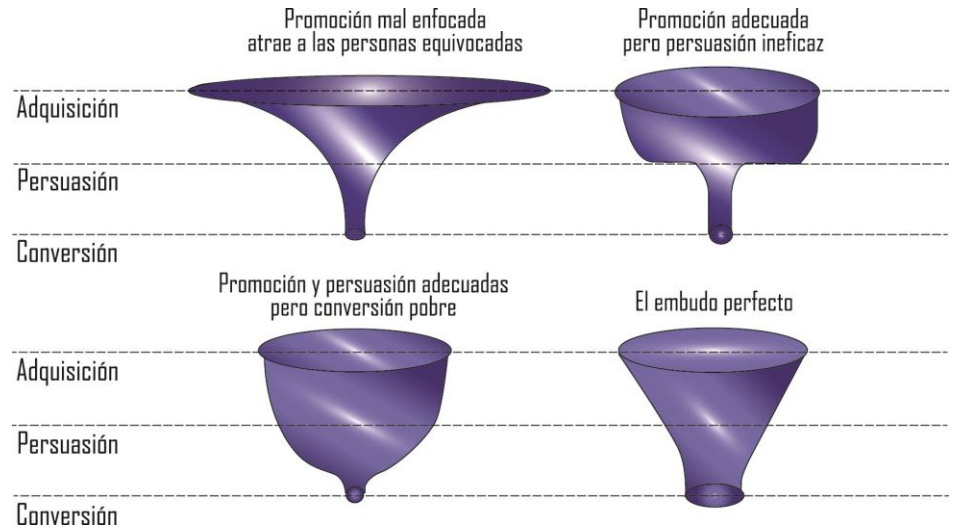
Base Tecnológica – Ejemplos utilización datos

Análisis embudos conversión

EMBUDO DE CONVERSIÓN GENÉRICO



<https://enfquenomada.com/embudos-conversion-ventas/>



Base Tecnológica – Reporting

Portal BI

PRENSA IBERICA Intranet Oscar Javier Segura Amoros

[Inicio](#)

Bienvenido, Oscar Javier

Servicios Corporativos

- Mail
- Nube
- Formación
- Status
- Métricas
- Gestión TI

Comunicación

- Soporte TI
- TeamUP

Seguridad

- Inc. Seguridad
- GDPR
- Procedimientos

Útiles

- Directorio
- Documentación
- Videoconferencias

Departamentos

- Big Data
- Business Intelligence**
- Marketing Digital
- SEO
- Adserving & programática
- Ediciones Digitales
- RRHH

Base Tecnológica – Reporting

Gartner

Figure 1. Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms



Source: Gartner (February 2019)



Gracias!

650 510 650
ojsegura@epi.es

Comentarios
Currículums