

Estudio de caso

 USERWERK

# Sostenible Adquisición de clientes para diarios

HÄNJES refuerza la edición el negocio  
editorial de suscripciones

**Cliente:** HÄNJES Publishing Services GmbH

**Sector:** Proveedor de servicios de marketing de resultados multicanal

**Empleados:** 350

Agencia de marketing de diálogo centrada en la distribución y venta para locales,  
periódicos regionales y nacionales

 HÄNJES

28 octubre 2022

Versión 1.2

## Situación inicial

HÄNJES Verlagsdienstleistungen es la mayor agencia alemana de marketing de diálogo para la industria editorial. Centrado en el segmento de la prensa diaria (local, regional y nacional), el especialista en marketing de resultados presta apoyo a más de 200 editoriales de toda Alemania en todos los ámbitos del marketing de lectores, la venta de publicidad y la atención al cliente desde sus sedes de Bremen, Bremerhaven y Múnich. Más del 90 % de todos los diarios confían en la experiencia y la cartera de soluciones de HÄNJES, que se ha consolidado como líder del mercado, especialmente en el ámbito de la captación de clientes a través del marketing digital de resultados. Desde 2018, HÄNJES utiliza cada vez más el checkout marketing para el marketing de lectores y es socio exclusivo de userwerk en el sector de la prensa diaria.

Más casos prácticos y casos de éxito  
y comunicados de prensa en:  
[www.userwerk.com/es/noticias](http://www.userwerk.com/es/noticias)

o escanear el  
Código QR a la derecha.



## Tarea y objetivo

Actualmente, los periódicos tienen que compensar cada vez más la disminución de los ingresos publicitarios con los ingresos de circulación. Esto se debe, entre otras cosas, a cambios considerables en el comportamiento de uso de los medios de comunicación, sobre todo en los grupos de destinatarios más jóvenes que están ascendiendo.

Por ello, la captación eficaz y continua de nuevos grupos de lectores fieles más allá de los segmentos de clientes existentes se está convirtiendo en un factor estratégico de éxito. Esto pone el foco en el atractivo grupo de consumidores de los nativos digitales. Sin embargo, este grupo de destinatarios «siempre activos» sólo puede alcanzarse de forma limitada a través de los canales de marketing clásicos. El requisito esencial para el marketing de lectores era, por tanto, un concepto innovador y orientado al rendimiento que, además de la comodidad de una solución digital para la captación de clientes mediante las correspondientes ofertas ventajosas (muestras de lectura y suscripciones en condiciones preferentes), tuviera en cuenta sobre todo clientes potenciales fácilmente convertibles y pedidos de suscripción sostenibles.

## Aplicación

Con esto en mente, userwerk diseñó una solución de marketing de caja para HÄNJES que cuenta con seis características relevantes para el éxito que apoyan de forma óptima la captación de nuevos clientes y la generación de suscripciones diarias al periódico:



### **Selección regional de ofertas especiales**

También se demandan noticias e información locales y regionales. La orientación de las ofertas de los periódicos diarios en función de la información del código postal de los clientes potenciales aumenta la relevancia y, por tanto, la tasa de conversión y la sostenibilidad de los pedidos.



### **Más opciones de personalización**

Además de la asignación regional, pueden añadirse otras características personales de los grupos destinatarios para una orientación aún más pertinente de las ofertas. Estos datos incluyen, por ejemplo, información sobre la tienda donde se hizo el pedido original, la edad y el sexo, pero también otros datos enriquecidos a nivel microgeográfico y anonimizado, como tipos de hogar, fases de la vida, poder adquisitivo y afinidades de producto.



### **Consideración de los periodos de espera individuales, sensibilidad a los precios y preferencias de la oferta**

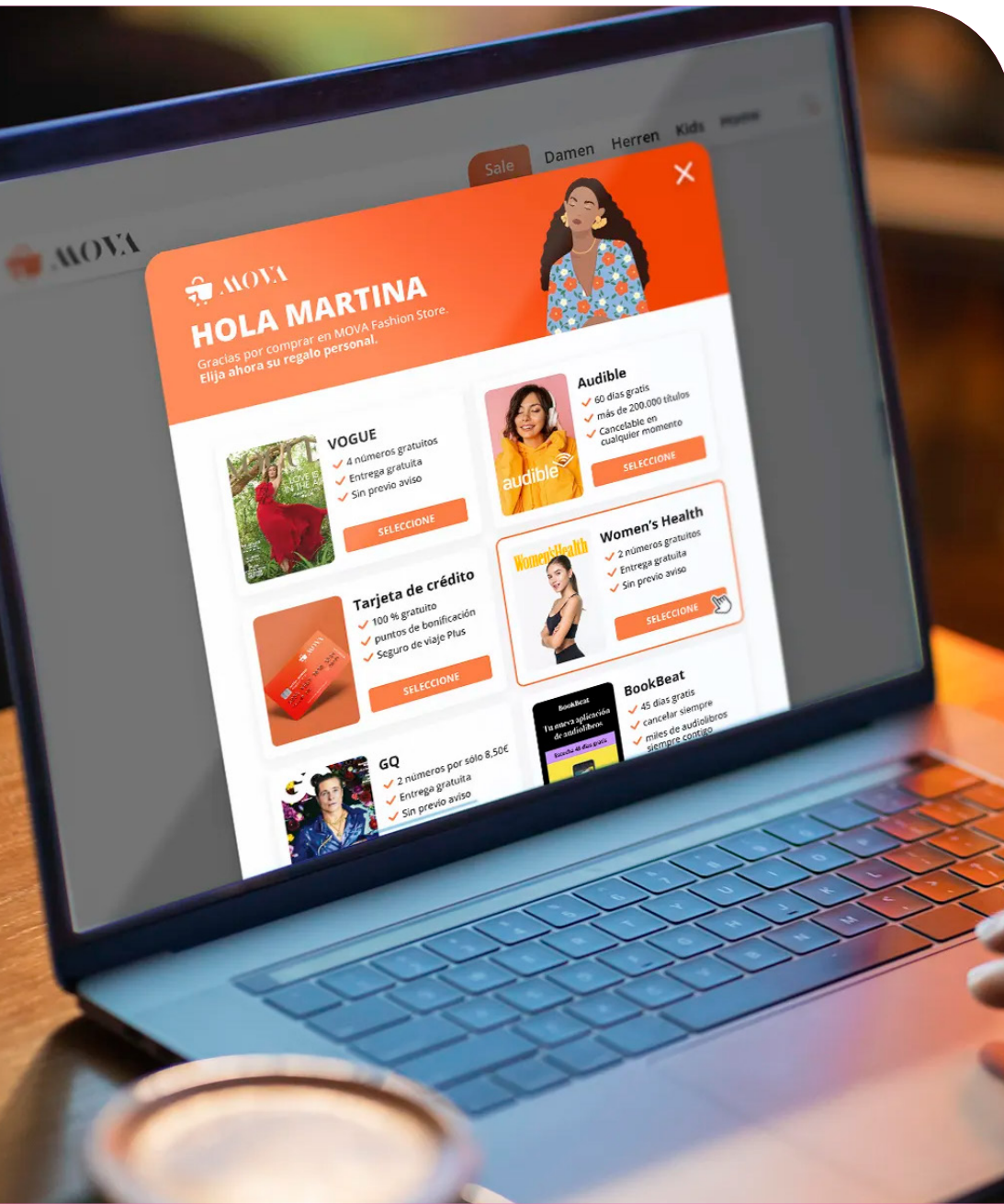
Dentro del ecosistema userwerk, los clientes pueden reconocerse en todas las tiendas. Esto significa que el control de la cartera de ofertas en la caja puede optimizarse específicamente con información como pedidos de cajas anteriores, periodos de espera para reordenar nuevas ofertas de clientes, sensibilidades de precios y preferencias de ofertas.



### **Reconocimiento anónimo de clientes 1:1: uso de datos CRM propios**

Los editores pueden utilizar sus propios datos de CRM (datos de origen) de forma anónima para enviar ofertas de agradecimiento. Esto permite, por ejemplo, excluir a los clientes que ya están suscritos a un determinado diario de la recepción de ofertas para nuevos clientes (en su lugar se les muestran productos alternativos para clientes existentes). Además, los clientes que hayan mostrado un bajo potencial de conversión en el pasado pueden ser objeto de ofertas específicas que reduzcan los costes de adquisición.





### Validación del número de teléfono

userwerk ofrece la posibilidad de validar el número de teléfono (móvil o fijo) depositado por el cliente final para las ofertas de muestras de lectores con opciones positivas. Esto permite garantizar que se pueda contactar con los clientes una vez caducada su muestra para que presenten ofertas de seguimiento a través del centro de llamadas del editor.



### Actualización en tiempo real en el proceso de pago

En la sección de pago, se pueden realizar ofertas de suscripción exclusivas directamente tras el pedido de las ofertas de muestra, que el nuevo cliente puede contratar mediante One-Click. Estas ofertas alcanzan tasas de conversión de hasta el 30 % y garantizan que la remonetización de las ofertas a nuevos clientes se produzca directamente al principio del embudo de ventas, lo que ahorra costes de marketing posteriores por parte del editor.

## Resultado

Con la solución de marketing de caja desarrollada por userwerk, HÄNJES puede satisfacer plenamente las expectativas de sus clientes editores. En conjunto, las funciones integradas para controlar las ofertas ventajosas conducen a una captación de nuevos clientes mucho más eficaz y, al mismo tiempo, más sostenible: el marketing de caja es uno de los tres canales de acceso a la suscripción más importantes para muchos editores de periódicos. **Más del 50 % de todas las direcciones potenciales de nuevos clientes proceden de esta fuente**, y teniendo en cuenta el permiso de publicidad por teléfono y correo electrónico, incluso dos tercios de las direcciones potenciales que pueden anunciarse. **Con un aumento de los pedidos superior al 100 %** en los dos últimos años, el marketing en caja es el canal publicitario con mayor tasa de crecimiento.

**Los costes por nuevo abonado (CpO – coste por pedido)**, teniendo en cuenta los costes totales (costes de publicidad así como de producción/entrega de las lecturas) y las tasas de conversión, son inferiores a los costes de los canales de acceso tradicionales, como la publicidad en stands y las campañas de distribución. A esto se añaden los procesos automatizados adaptados a los sistemas de publicación: La plantilla de importación de suscripciones individuales del editor **reduce el tiempo de adquisición de direcciones por suscripción en un 75 % en comparación con otros canales de pedido (por ejemplo, folletos, teléfono)**.

- +100 % Canal publicitario con mayor crecimiento
- > 50 % todas las direcciones potenciales de nuevos clientes
- 30 % Conversión para ofertas de suscripción
- CpO Checkout Marketing < CpO canales tradicionales
- -75 % para la hora de entrada de la dirección

## Conclusión

Con la solución userwerk en su cartera de marketing, HÄNJES puede aprovechar plenamente este potencial para sus clientes del sector editorial y afianzar de forma sostenible su posición como agencia líder en marketing digital de resultados para el sector editorial. Los volúmenes de suscripción generados a través del marketing de caja representan ahora una parte significativa de la producción total de suscripciones de los editores y contribuyen también a la adquisición de nuevo alcance comercializable por la publicidad y, por tanto, a aumentar de nuevo los ingresos publicitarios.

*«Con la solución de marketing de cajas de userwerk, podemos atender óptimamente las necesidades de las editoriales de periódicos en la distribución de sus productos. No sólo permite captar nuevos grupos destinatarios a los que sólo se podía llegar de forma muy limitada a través de los canales clásicos, sino que también garantiza la máxima eficacia en la producción de suscripciones con opciones de segmentación inteligentes.»*

### **Knut Hänjes**

Propietario HÄNJES Verlagssdienstleistungen GmbH