



DOSSIER TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL MARKETING DIGITAL

SOLUCIONES DE PRESENCIA WEB: INFORMACIÓN EN INTERNET ÚTIL PARA LA VIDA COTIDIANA

LA FUNDACIÓN EROSKI PERSIGUE FACILITAR INFORMACIÓN DE UTILIDAD PARA LOS CONSUMIDORES, AL TIEMPO QUE PROMOVER INICIATIVAS SOCIALES Y VELAR POR EL DESARROLLO SOSTENIBLE. PARA SU ACTIVA Y DINÁMICA PRESENCIA EN INTERNET (WWW.CONSUMER.ES), TRABAJAN DE LA MANO EL CLIENTE Y LA AGENCIA BIKO2, LA CUAL NO DUDÓ HACER SEIS AÑOS EN ACUDIR A ACENS PARA QUE APORTARA LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y ESCALABILIDAD NECESARIAS EN CADA FASE Y MOMENTO DEL PROYECTO.

1

CLIENTE Y SECTOR DE ACTIVIDAD

FUNDACIÓN EROSKI: Fundación promovida por Grupo Eroski cuyas tres líneas de actuación se centran en la información al consumidor, la innovación e iniciativas sociales y la promoción del desarrollo sostenible.

2

NECESIDADES Y OBJETIVOS PLANTEADOS POR EL CLIENTE

FUNDACIÓN EROSKI, a través de su proyecto en Internet CONSUMER.es EROSKI, tiene como objetivo cubrir la necesidad de información útil para la vida cotidiana que cada persona puede tener en distintos momentos. ¿Cómo lograr poner a disposición del usuario de una forma clara, ágil y atractiva más de 100.000 páginas de información? La revista CONSUMER EROSKI integra, desde 1998, todas las Guías Prácticas (libros) que editan así como informaciones elaboradas 'ex profeso' para ser publicadas únicamente en Internet (alrededor de 35 diarias).

Desde la agencia BIKO2 y CONSUMER.es EROSKI intentan dar respuesta a los usuarios de tres maneras distintas:

- Para los lectores que llegan directamente desde un buscador, por lo que puede que ni siquiera conozcan la existencia de CONSUMER.es EROSKI, se ofrecen páginas de contenido final con sentido en sí mismo.
- Por otra parte están los suscriptores a los boletines electrónicos. Estos usuarios fueron proactivos facilitando su dirección de correo electrónico. A esas 'newsletters' periódicas y gratuitas se han suscrito ya más de 350.000 personas distintas.
- Y, para aquellos que entran cada día, se ofrecen portadas y listados bien estructurados para que en cada ocasión encuentren algo nuevo e interesante.

3

RETOS TECNOLÓGICOS QUE PLANTEA EL PROYECTO Y SOLUCIÓN OFRECIDA POR ACENS

Un proyecto de esta envergadura exigía, por parte de BIKO2, una solución de alta disponibilidad para facilitar el acceso a la información y gestión de la misma, en un entorno seguro y rápido. Desde el comienzo, hace ya 6 años, BIKO2 acudió a ACENS y, desde entonces, se ha ido evolucionando el proyecto tecnológicamente.

Se comenzó con un servidor y un servicio de monitorización del proyecto las 24 horas del día. Actualmente CONSUMER.es EROSKI dispone de 5 máquinas, cada una con una tarea distinta y una solución de alta disponibilidad y redundancia, donde ACENS ha aportado la infraestructura tecnológica y la escalabilidad necesarias en cada momento.

De esta forma, BIKO2 ha podido implementar soluciones de alto rendimiento y CONSUMER.es EROSKI puede crecer sin un elevado incremento de costes.

4

SOLUCIONES BARAJADAS Y SOLUCIÓN FINAL IMPLEMENTADA

- Apuesta firme por la información. CONSUMER.es EROSKI ofrece contenidos únicos que no se pueden encontrar en otros medios. Actualización permanente.
- Equipo gestor reducido, ágil y experimentado que lidera distintos equipos de especialistas y periodistas que mantienen CONSUMER.es EROSKI a diario.
- Perfecto posicionamiento en buscadores.
- Profundo análisis de datos de audiencia, procedencia de visitas y comportamiento de los usuarios, que ayudan en la toma de decisiones. Encuestas de satisfacción a clientes.
- Fuerte apoyo en el correo electrónico como herramienta de fidelización para llegar a audiencias heterogéneas.
- Intenso plan de mejora continua basado en el usuario y su comportamiento. Renovación profunda de diseño, navegación y estructura de CONSUMER.es EROSKI en varias ocasiones a lo largo de la vida del proyecto.

El trabajo de BIKO2 consiste en:

- Colaboración y asesoramiento en la puesta en marcha del proyecto CONSUMER.es EROSKI y trabajo continuado a lo largo de más de 6 años.
- Visión estratégica de apoyo que ha ayudado a la definición del proyecto y a su mejora constante.



- Participación de un equipo profesional multidisciplinar: periodistas, diseñadores y técnicos.
- Renovación periódica del equipo asignado al proyecto con vistas a captar nuevas ideas y aportar frescura.
- Gestión conjunta del proyecto entre BIKO2 y FUNDACIÓN EROSKI.
- Incorporación de su potente tecnología para la gestión de contenidos. Implantación de NUS Content Management System, herramienta flexible y dinámica que ha ido evolucionando y adaptándose a las necesidades de CONSUMER.es EROSKI durante su andadura.

5

VALORACIÓN DE LA ACCIÓN Y RESULTADOS

CONSUMER.es Eroski se ha convertido en uno de los seis medios de comunicación españoles más leídos en Internet. Ofrece información sobre consumo y vida cotidiana, y su audiencia se sitúa muy por encima de la del resto de diarios de información general, de revistas (incluidas las del corazón), televisiones y radios. Sólo El Mundo, Marca, AS, ABC y 20 minutos superan los dos millones de usuarios que acceden cada mes a CONSUMER.es EROSKI (www.consumer.es) según la OJD (Oficina de Justificación de la Difusión).