

# Senseseny.com

Planificació i disseny d'una revista electrònica

## Presentació autor:

- Vaig cursar empresarials a la Universitat de Barcelona.
- La UOC em va permetre d'ampliar els meus estudis cursant ITM i ADE.
- Vaig decidir començar el màster en aplicacions multimèdia per tenir una perspectiva tècnica.
- Apassionat de les noves TIC i el màrqueting.
- Sota aquestes premisses té sentit el TFM elaborat.

## Presentació treball:

- Projecte combina les meves dues passions (màrqueting i TiC)
- Pretén fixar els coneixements adquirits no només durant el màster, també els d'altres estudis.
- Sorgeix com a resposta a la crisi de valors de la societat d'avui en dia.
- Es serveix de col·laboradors que treballaran de manera altruista.
- Pressupost escàs.

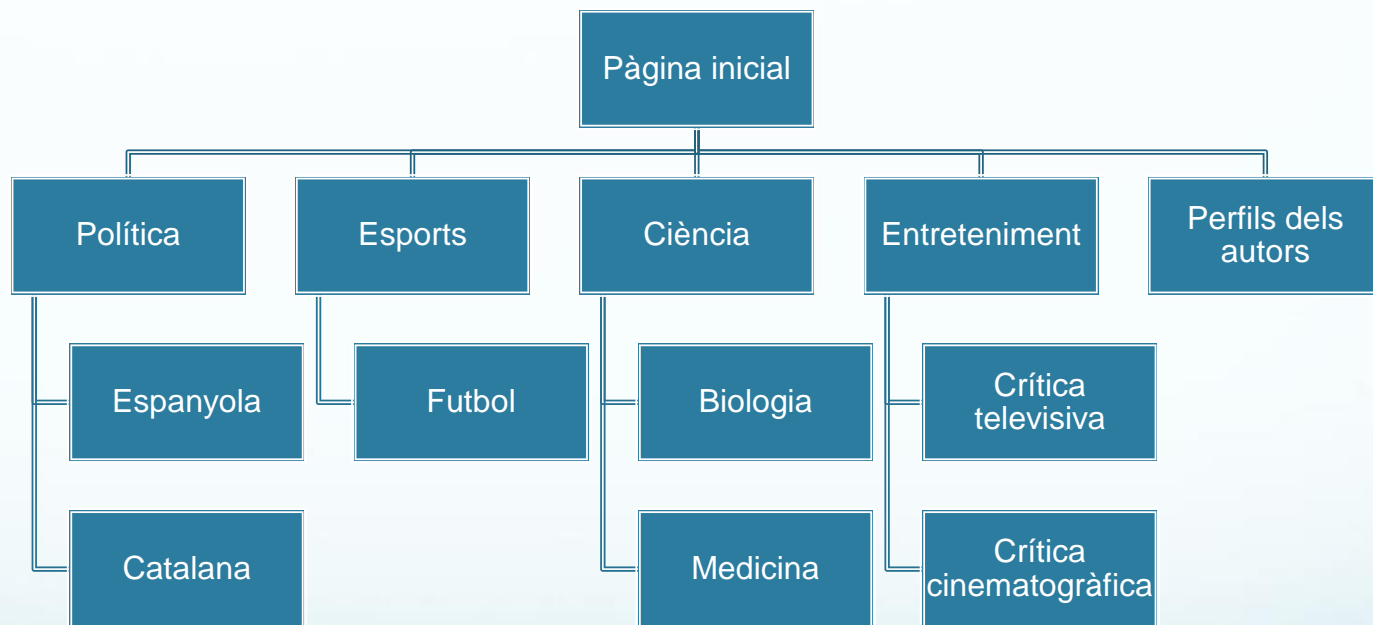
## Descripció del projecte: la idea

- Publicació online dirigida a un públic objectiu jove (entre 16 i 35 anys).
- Actualitat interpretada en clau Catalana.
- Sense conflictes d'interessos ni influències de tercers.
- L'humor i la sàtira hi seran molt presents.
- Els qui participen ho fan a títol personal i voluntari.
- Les decisions es prenen de manera comuna per tots els participants.

## Descripció del projecte: el contingut

- Parlarà del que els col·laboradors vulguin parlar.
- Sempre i quan sigui honest, rellevant i amb una perspectiva catalana plural.
- Majoritàriament es tractarà d'articles
- El vídeo s'hi trobarà present de manera testimonial. S'intentarà impulsar aquest format si la publicació adquireix rellevància.

## Descripció del projecte: esquema contingut i arquitectura



## Descripció del projecte: el producte

- Crear un lloc web on donar veu a les diferents preocupacions i sensibilitats.
- Es pot entendre la publicació com un blog de blogs multiautor.
- No es persegueix el benefici econòmic.
- Els autors seran gent jove que pertanyen al públic objectiu al qual es dirigeix la publicació.

## Descripció del projecte: missió i objectius

- **Missió:** Oferir una alternativa d'informació per a tots aquells usuaris que vulguin consultar l'actualitat des d'una perspectiva plural catalana, sense manipulacions ni influències de terceres persones.
- Els **Objectius** de la publicació són:
  - Dirigir un missatge clar i concret al seu públic objectiu.
  - Interpretació de l'actualitat en clau catalana.
  - Transmetre imatge honesta, plural i divertida.
  - Crítica social.
  - Promoure la participació dels usuaris.

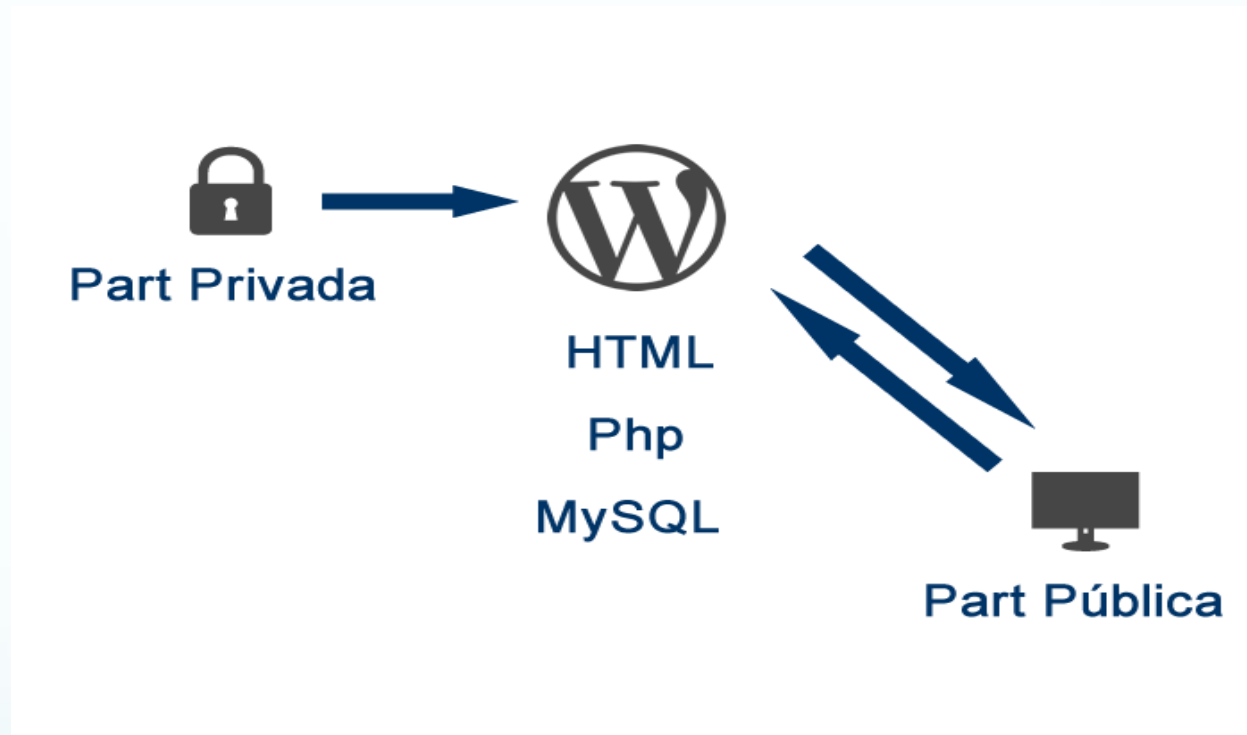


## Descripció del projecte: la tecnologia



- **Domini:** Senseseny serà albergat sota extensions .com i .cat.
- **CMS:** S'usarà un CMS, aquest serà WordPress ja que compleix tots els requisits necessaris.
- **Servidor:** Serà necessari un servidor que ofereixi la possibilitat d'instal·lar WordPress. Els requeriments seran:
  - Php versió 5.2.4 o posterior.
  - MySQL versió 5.0.15 o posterior
- Altrament s'usarà la tecnologia clàssica d'Internet: HTML, CSS i JavaScript (jQuery). Es crearà un responsive web design.

## Descripció del projecte: esquema tecnològic



## Descripció del projecte: usabilitat i disseny

- Serà un disseny centrat en l'usuari.
- Es tracta d'un RWD.
- S'elaboraran tres versions de la web: per a dispositius de pantalla gran (desktop), per a pantalles petites (mòbils) i per a pantalles mitjanes (tablet).
- Serà consistent tant entre versions (tablet, mòbil i desktop) com entre diferents pàgines.
- L'arquitectura de la informació serà: cronològica, navegació jeràrquica i tindrà sistemes de cerca.

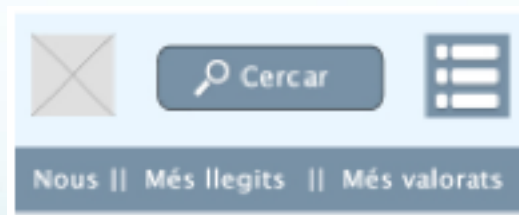


## Funcionament: 3 versions

Wireframe capçalera de la versió per a ordinador

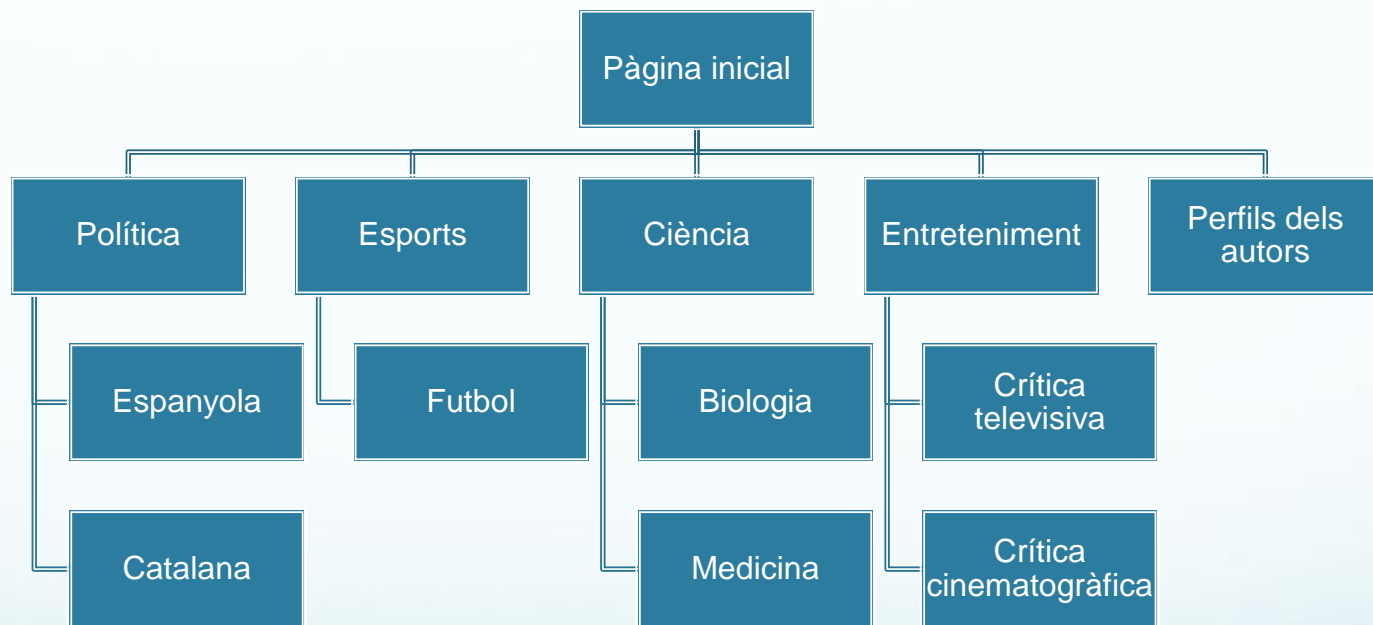


Wireframe capçalera de la versió per a tablet



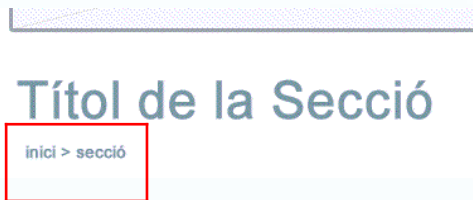
Wireframe capçalera de la versió per a smartphone

## Descripció del projecte: esquema contingut i arquitectura



## Descripció del projecte: ajudes de navegació 1/2

- S'incorporen en tot moment al disseny *Bredcrumbs*:



- Botons per a compartir el contingut amb les xarxes socials:



## Descripció del projecte: ajudes de navegació 2/2

- Contingut valorable per els usuaris:



- Etiquetes que facilitaran la navegació:

Etiquetes	
Etiqueta 1	Etiqueta 2
Etiqueta 3	Etiqueta 4
Etiqueta 5	Etiqueta 6
Etiqueta 7	Etiqueta 8
Etiqueta 9	Etiqueta 10
Etiqueta 11	Etiqueta 12
Etiqueta 13	Etiqueta 14
Etiqueta 15	Etiqueta 16
Etiqueta 17	Etiqueta 18
Etiqueta 19	Etiqueta 20

# Màrqueting: anàlisi SWOT

Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Projecte ben estructurat i estudiat</li> <li>· Capacitat comunicativa</li> <li>· Activitat en les xarxes socials</li> <li>· Tecnologia usada (CSS 3, RWD, HTML%, etc)</li> <li>· Equip motivat i de qualitat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· No hi ha cap publicació amb les característiques de SenseSeny</li> <li>· Gran penetració d'Internet en el segment al que es dirigeix</li> <li>· Actualitat Catalana (estatal i mundial) convulsa</li> </ul>
Debilitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Pressupost mínim</li> <li>· Projecte de nova creació</li> <li>· Col·laboradors no remunerats</li> <li>· Segment molt concret i incapacitat d'expandir el projecte (tal com s'ha dissenyat) a altres <i>targets</i> (per exemple nivell estatal o altres països)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· No ser capaços de potenciar la visibilitat del mitjà</li> <li>· No poder sustentar el mitjà amb els ingressos publicitaris</li> <li>· No ser percebuts com a un mitjà fiable i rigorós</li> </ul>



## **Màrqueting: definició d'objectius**

- Augmentar el tràfic un 10% de manera mensual el primer any.
- Superar les 2,5 pàgines visitades, per visita.
- Duració per cada pàgina vista de 3 minuts el primer any.
- Els usuaris visiten el lloc web 3 vegades a la setmana.
- Incrementar el tràfic de xarxes socials un 20% mensualment.
- CTR en espais publicitaris del 0,12%.
- Augmentar un 15% al mes durant el primer any els comentaris.
- Augmentar un 8% al mes durant el primer any les vegades que es comparteixen els articles.

# Màrqueting: estratègia

## Posicionament i segmentació:



- **Segment:** joves amb interès per l'actualitat entesa des d'un punt de vista Català, amb un cert desencís de com van les coses a la nostra societat últimament, que volen fonts d'informació alternativa als mitjans ja existents i fan un ús molt intensiu de les TiC.
- Estratègia de **diferenciació** en el producte i en la imatge.
- **Producte:** Es tracta d'un producte digital on la qualitat és bàsica per a donar aquesta imatge de marca que es cerca.

# Màrqueting: estratègia

## Mix de màrqueting: les 4 Ps



- **Distribució:** Aquesta es farà per Internet, és el mitjà ideal.
- **Producte:** Es tracta d'un producte digital on la qualitat és bàsica per a donar aquesta imatge de marca que es cerca.
- **Preu:** Sector amb alta elasticitat. S'oferirà gratuïtament, es cobriran despeses amb la publicitat.
- **Promoció:** Donat al poc pressupost seran solucions creatives i gratuïtes. Serà centrada amb l'usuari i no serà invasiva. Usar a la comunitat per a comunicacions *many-to-many*.



## Màrqueting: estratègia

- **CRM:** Construir relacions a llarg termini. S'usarà per a servei a l'usuari, gestió de les comunicacions i anàlisi.
- **Branding:** Donar valor afegit a Senseseny per mitjà d'incrementar la confiança, assistint als usuaris a aconseguir els seus objectius, donar espai per a que es comuniquin i passin una bona estona visitant la publicació.
- **Xarxes socials:** S'explotaran en espais de tercers (Facebook i Twitter). S'intentaran fidelitzar els usuaris i transferir tràfic al web.

# Màrqueting: implementació



## Pàgina web:

- Component clau, on es visionarà el contingut. Serà elaborat amb WordPress
- El nom del domini serà combinació de dues paraules catalanes que informen sobre la imatge i intencions del web.
- S'haurà d'actualitzar contínuament.
- Serà un lloc accessible a persones amb dificultats d'accés a la xarxa.
- Es crearà una sola versió que combinarà català i castellà, sense traduir els articles.

## Màrqueting: implementació

### SEM:



- Assegurar que la pàgina es pot trobar amb els cercadors.
- Garantir indexació amb els principals cercadors.
- Incloure una frase clau descriptiva per a cada pàgina.
- Respectar els estàndards web.
- Potenciar links de terceres pàgines.

## Màrqueting: implementació

- L'e-mail màrqueting servirà per fidelitzar als clients, es descarta l'ús de bases de dades de terceres persones. Les dades de contactes seran obtingudes per mitjà de formularis en línia.
- Es descarta la publicitat interactiva donat que no s'ajusta al pressupost existent.
- S'impulsaran activitats en xarxes socials i es crearà contingut viral que dependrà en bona mesura de la creativitat dels col·laboradors.
- L'analítica web estarà a càrrec de l'eina GoogleAnalytics. Integrable amb WordPress. Seran complementades amb enquestes en línia.



## Màrqueting: control

- Anàlisi de les *KPI* proveïdes per l'eina de GoogleAnalytics de manera mensual, trimestral i informe anual.
- Elaboració d'un *heatmap* per a fer visual l'anàlisi del contingut.
- Les enquestes online es duran a terme en el mateix lloc web de manera bianual.
- Informes trimestrals de l'evolució de la comunitat de Senseseny.
- Dos cops a l'any es farà una reunió amb tots els integrants de Senseseny per a planificar conjuntament.





## Conclusions: del producte

- S'ha observat una demanda potencial per al producte SenseSeny suficient.
- Idea prou simple com per a esser desenvolupada amb col·laboradors que s'hi dediquen a temps parcial.
- La implicació dels col·laboradors serà crucial per a l'èxit de la publicació.
- L'èxit final el determinaran els usuaris depenent de si accepten o no el producte final.
- Pressupost molt limitat.
- No es pot extrapolar la idea a altres nínxols donada la seva especificitat.

## Agraïments:

Moltes gràcies a tots aquells que m'han ajudat en el procés d'elaboració del present treball. N'estaré sempre agraït.

Estaré content de contestar qualsevol dubte a:

[jmgarciabonilla@uoc.edu](mailto:jmgarciabonilla@uoc.edu)