

ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO DE LAS PLATAFORMAS OTT

NATHALIE
RODRÍGUEZ EGAS



ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO DE LAS PLATAFORMAS OTT

NATHALIE
RODRÍGUEZ EGAS

NUEVO PARADIGMA

Inmersos en un panorama de cambio de hábitos en cuanto al consumo audiovisual.

- ¿Cómo vemos el contenido?
- ¿Cuándo lo queremos ?
- ¿Dónde lo vemos?
- ¿Por qué vemos y consumimos ?

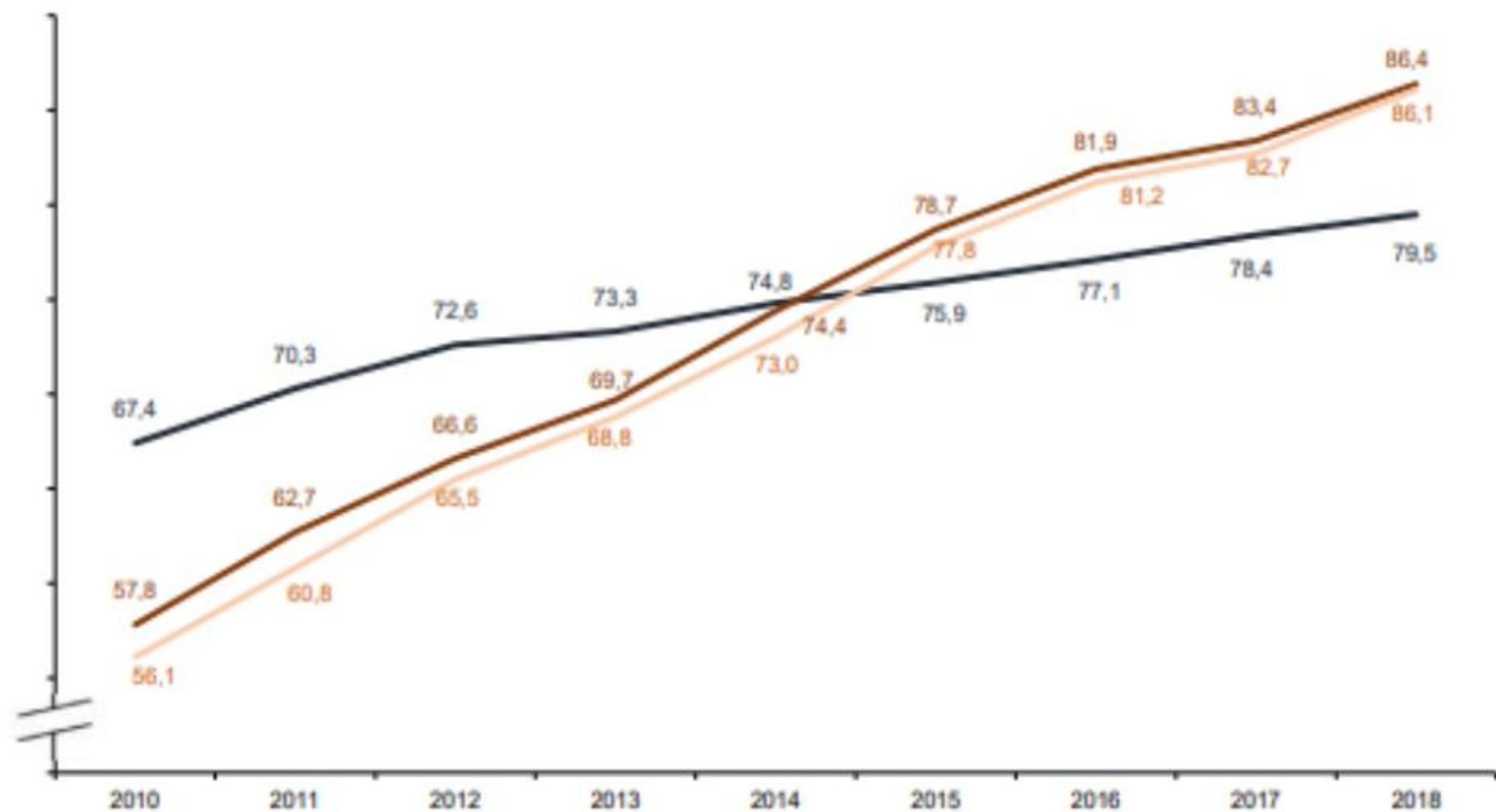
HÁBITOS

RETOS



Equipamiento TIC en los hogares. Serie 2010-2018

Porcentaje de hogares



— Viviendas con algún tipo de ordenador

— Viviendas que disponen de acceso a Internet

— Viviendas con conexión de banda ancha

RETOS

FRAGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS

- NUEVOS HÁBITOS
- IMPACTO
- EXPERIENCIA DE USUARIO



RETOS DE MERCADO

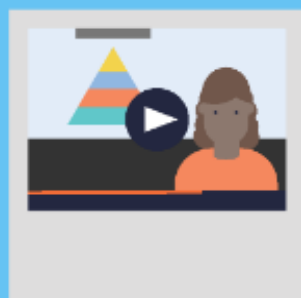
FUNCIONALIDAD
INTERACTIVIDAD
COMPETENCIA.

Plataformas OTT

De transmisión libre

2 actores:

Cadenas de TV & vídeo bajo demanda



OBJETIVOS

PREGUNTAS

HIPOTESIS

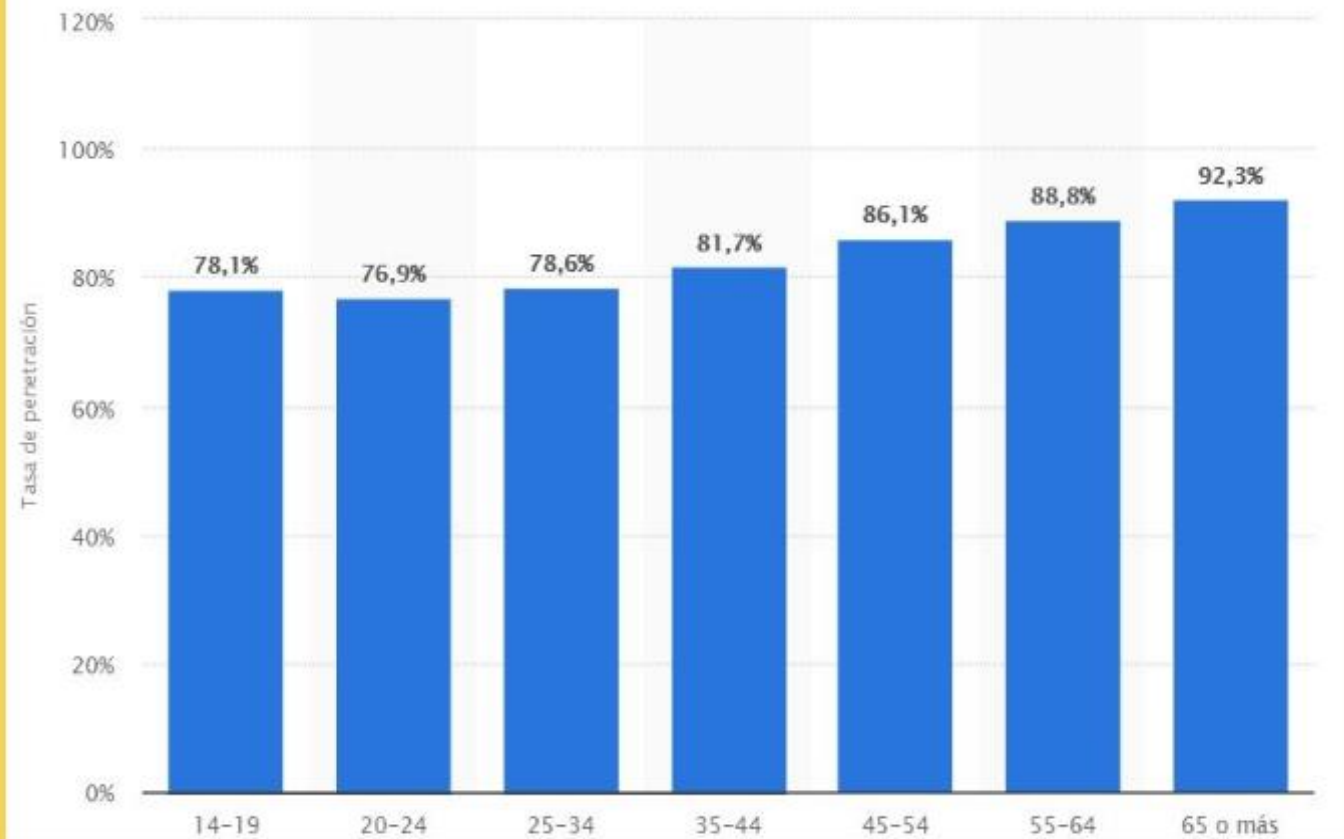
Establecer estrategias comunicativas para generar impacto en las audiencias en las plataformas OTT de actores tradicionales (Cadenas de tv)



¿Cuáles son los factores de éxito en plataformas de contenido OTT para garantizar satisfacción del servicio?



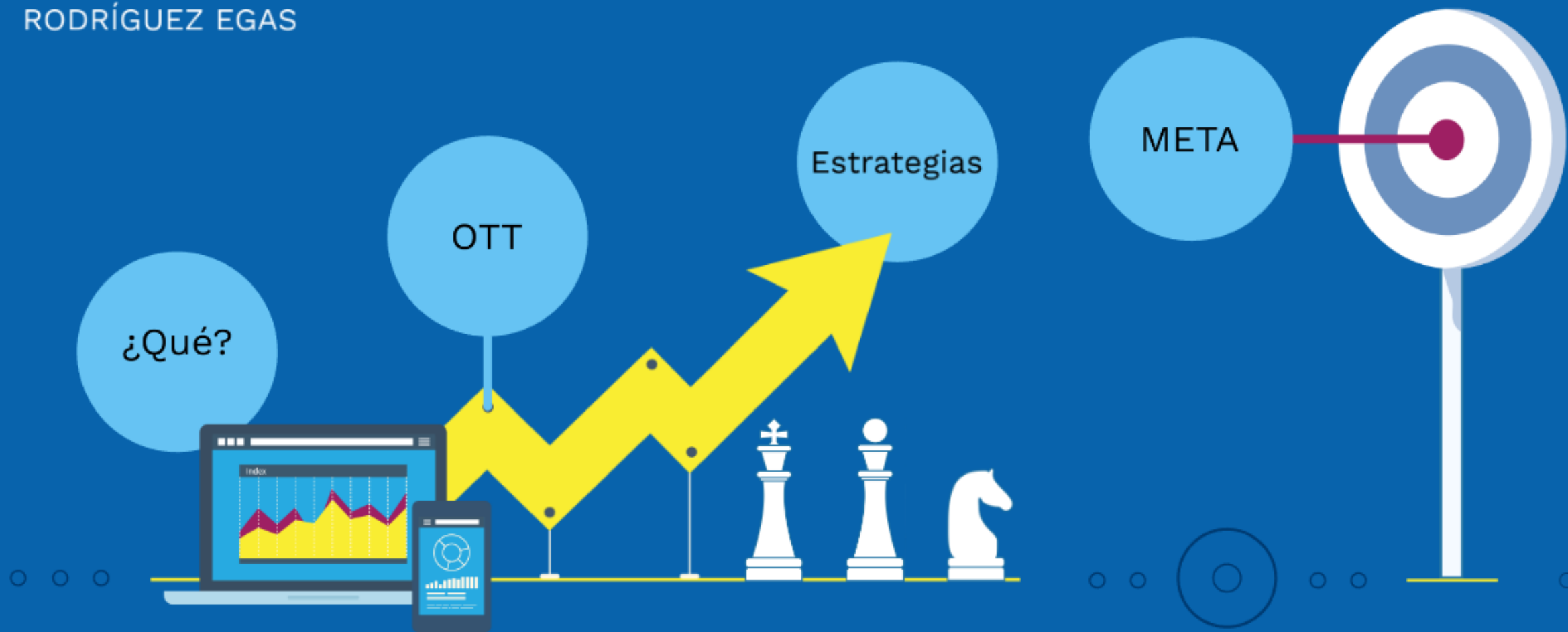
La tasa de penetración en el caso de los individuos de entre 14 y 34 años se situó por debajo del 80%.



Porcentaje de individuos que vio la televisión en España en 2018.

ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO DE LAS PLATAFORMAS OTT

NATHALIE
RODRÍGUEZ EGAS



Estrategias comunicativas

1

2

3

4

5

Tácticas



Visión anticipativa



Metodología Resolutiva



Relación simbólica
con el entorno.



POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO



ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO DE LAS PLATAFORMAS OTT

NATHALIE
RODRÍGUEZ EGAS



CONOCIMIENTO DE
USUARIOS



FIDELIZACIÓN



INTERACTIVIDAD



SATISFACCIÓN



Meta

ventaja o amenaza

Servicios ott.



● Visitor Growth ● Retention ● Costs