

"Taboola Push ha cambiado la forma en que nuestro equipo editorial piensa sobre el engagement de los lectores a través de las notificaciones push. Ya no necesitamos dedicar tiempo a enviar notificaciones manuales porque la automatización de Taboola ofrece resultados sólidos y una buena experiencia de lectura. Ahorra tiempo a nuestro equipo para centrarse en contar las historias adecuadas."

- **Brice Fevrier**, Senior Digital Marketing Executive,
Grupo Prisa

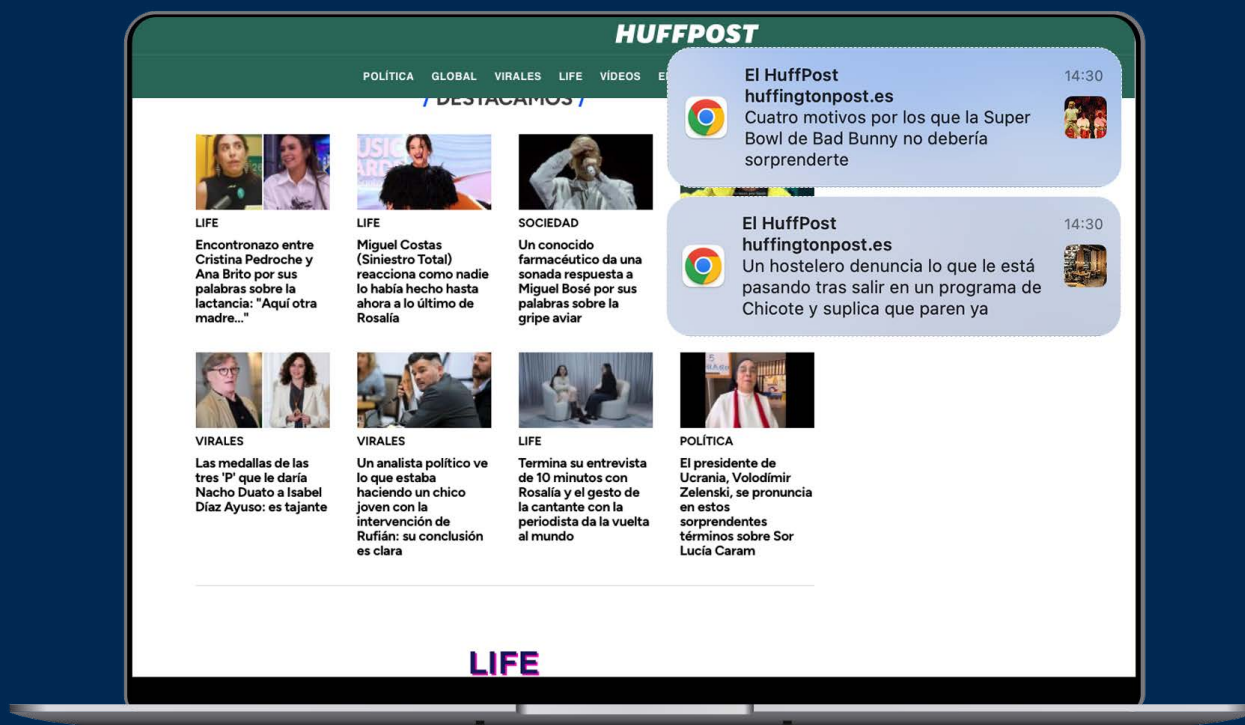


NOTICIAS

El Huffpost amplía su colaboración con Taboola a las notificaciones push personalizadas.

45%

De aumento del CTR con notificaciones push personalizadas comparado con los envíos manuales



EMPRESA

El HuffPost, es la edición española de The Huffington Post. **El HuffPost** es en España una de las marcas de medios del Grupo PRISA, el conglomerado de medios líder de habla hispana.

DESAFÍO

El HuffPost necesitaba una solución de notificaciones push que les ayudase a impulsar un mayor engagement por parte de los usuarios, al mismo tiempo que permite a los periodistas dedicar más tiempo a la búsqueda y elaboración de nuevos contenidos.

SOLUCIÓN

El HuffPost amplió su colaboración con **Taboola** incorporando **Taboola Push**, probando notificaciones manuales y personalizadas para asegurar la mejor experiencia por parte de sus usuarios.

RESULTADOS

Taboola Push ofrece notificaciones personalizadas con un **CTR 45% más alto** que los envíos manuales.

Introducción

El HuffPost es la edición española de The Huffington Post. Lanzado en colaboración con Grupo Prisa, combina la información global con la cobertura nacional en política, sociedad, lifestyle y cultura, y opera como parte del portfolio de noticias online de Grupo Prisa.

El HuffPost ha construido una fuerte presencia digital con una gran base de lectores digitales. Destaca por su cobertura política y comentarios accesibles, al mismo tiempo que ofrece historias de lifestyle y cultura que amplían su oferta informativa. El contenido de la marca llega a las audiencias principalmente a través de su web y aplicación móvil, lo que la convierte en una de las propiedades digitales más importantes de Grupo Prisa.



Las Notificaciones Push personalizadas de Taboola entregan un CTR 45% más alto que las manuales para El HuffPost

El **HuffPost** había estado utilizando previamente otro proveedor para las notificaciones del navegador, pero el equipo buscaba una forma de mejorar la experiencia de lectura con un nuevo proveedor. Como ya trabajaban con **Taboola** para personalizar las recomendaciones de contenido en las páginas de artículo, HuffPost acordó probar [Taboola Push](#), una herramienta de notificaciones web que permite a los *publishers* enviar alertas en tiempo real a los navegadores de desktop o móvil de los lectores, incluso cuando están *off-site*.

Taboola Push se gestiona dentro de [Taboola Newsroom](#), la plataforma de analítica e *información* sobre la audiencia de **Taboola**. Newsroom proporciona a los editores información sobre qué artículos están generando *engagement* en los lectores, cómo se comparan con los competidores y cómo se puede optimizar la distribución. Con **Taboola Push** integrado, los editores pueden actuar sobre esa *información* instantáneamente promocionando *breaking news* o noticias clave directamente a los lectores que han optado por el servicio (*opted-in readers*).

Debido a que la *experiencia de lectura* era la prioridad, los periodistas de **El HuffPost** probaron dos formas de llegar: notificaciones manuales escritas y programadas por los editores, y notificaciones personalizadas automatizadas por **Taboola**. El objetivo era asegurar que la automatización realmente sirviera a los lectores antes de adoptarla a escala. La prueba demostró que el Push personalizado y automatizado no sólo preservó la experiencia de lectura, sino que la mejoró para las audiencias de desktop, y el equipo planea ampliarla a su aplicación móvil.

La prueba de El HuffPost refuerza el valor de la automatización.

La gama completa de productos **Taboola** se ha convertido en algo central en la estrategia de **El HuffPost**.

La adopción de **Taboola Push** por parte de la newsroom añadió una nueva capa de *engagement*, con notificaciones automatizadas y personalizadas que ofrecieron un aumento del **45% en CTR** en comparación con los envíos manuales.

La gama de productos de Taboola juega un papel clave en la estrategia de El HuffPost, ayudando al editor a atraer nuevas audiencias y aumentar la participación en el sitio

El HuffPost trabaja con **Taboola** desde 2023, cuando cambiaron de otro líder de mercado que no estaba satisfaciendo sus necesidades. Hoy en día, confían en una gama completa de productos **Taboola** para ofrecer una experiencia de personalización completamente integrada en desktop y móvil.

En el centro se encuentra [Taboola Feed](#), un *scroll* continuo de recomendaciones personalizadas que imita la experiencia de feed en social media. El feed aparece en las páginas del artículo y galerías de foto de **El HuffPost**. Mezcla las propias historias orgánicas de **HuffPost** con contenido patrocinado. Las historias orgánicas se muestran para mantener a los lectores explorando, mientras que el branded content se puede priorizar usando **Taboola Promote** cuando las colaboraciones lo requieren.

A través de [Audience Exchange](#), el feed también recomienda artículos de otras publicaciones de Grupo Prisa y viceversa, creando una red de descubrimiento más amplia.

Junto a él, **El HuffPost** también utiliza **Explore More**, que recomienda más contenido cuando un usuario pulsa el botón de volver del móvil. En lugar de perder a ese lector en Google o las redes sociales, Explore More abre un feed nuevo con artículos personalizados para mantener a los usuarios interactuando más tiempo con la marca.

En móvil, la misma experiencia se ofrece a través del [Taboola SDK](#), que integra el feed de forma nativa en las iOS y Android apps de **El HuffPost**.

Para maximizar la eficiencia del el contenido patrocinado, **El HuffPost** también confía en el **header bidding adapter de Taboola**, que permite a **Taboola** competir de forma transparente junto con otros partners de programática en tiempo real, mejorando el rendimiento sin interrumpir la experiencia del usuario.

Finalmente, extienden el alcance más allá de su propio site a través de [Taboola News](#), el canal de contenido de distribución de **Taboola** integrado en las pantallas de bloqueo de ciertos dispositivos smartphone y centros de notificaciones a través de colaboraciones con fabricantes de dispositivos y operadores. Para **El HuffPost**, esto crea tráfico incremental y visibilidad al mostrar historias directamente a millones de usuarios móviles, ayudando a hacer crecer el alcance de la audiencia fuera del ecosistema tradicional de search y social.