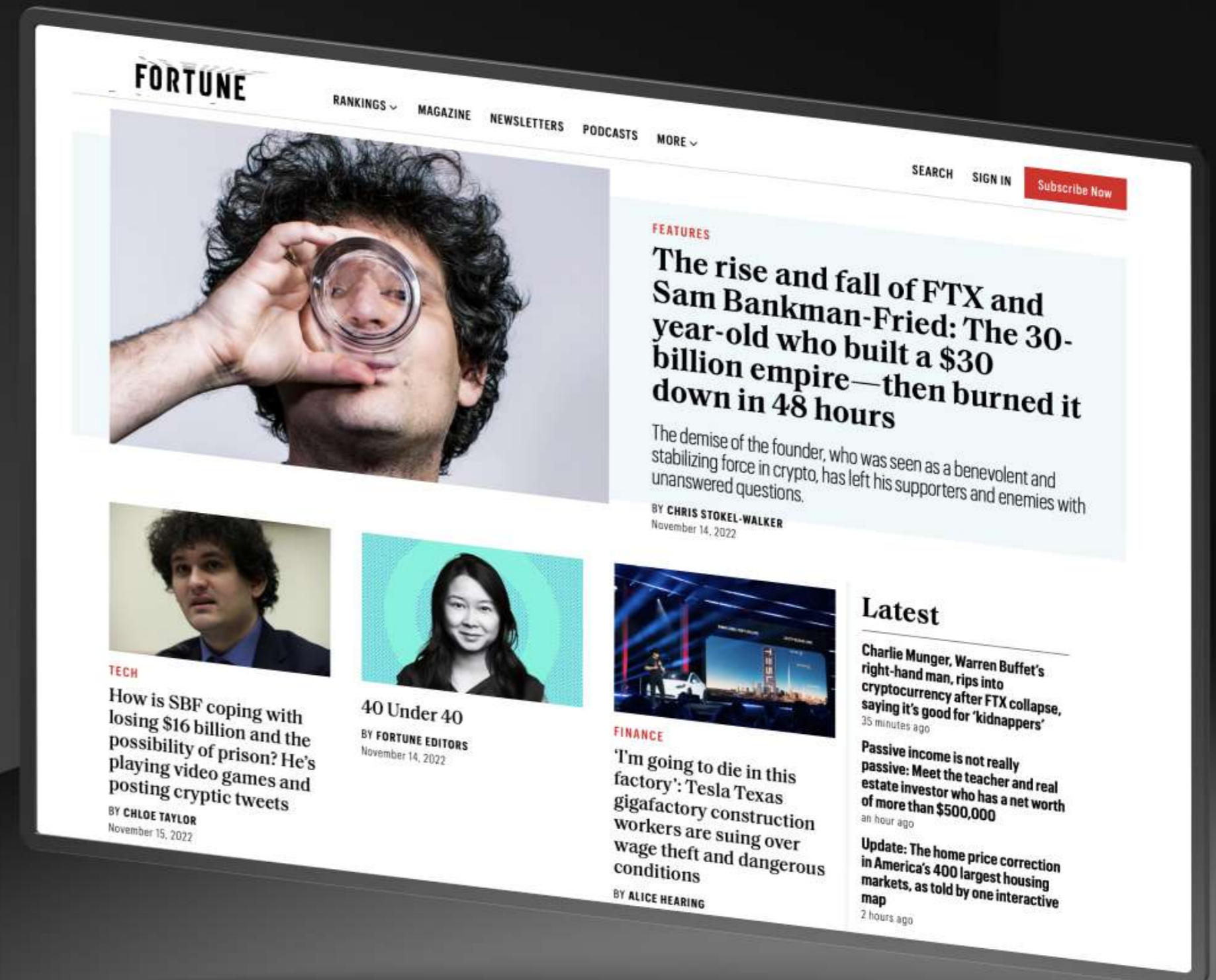


piano

FORTUNE

Wie Fortune Media sich innerhalb eines Jahres zum Premiumanbieter entwickelt und Umsätze verdreifacht hat



Übersicht

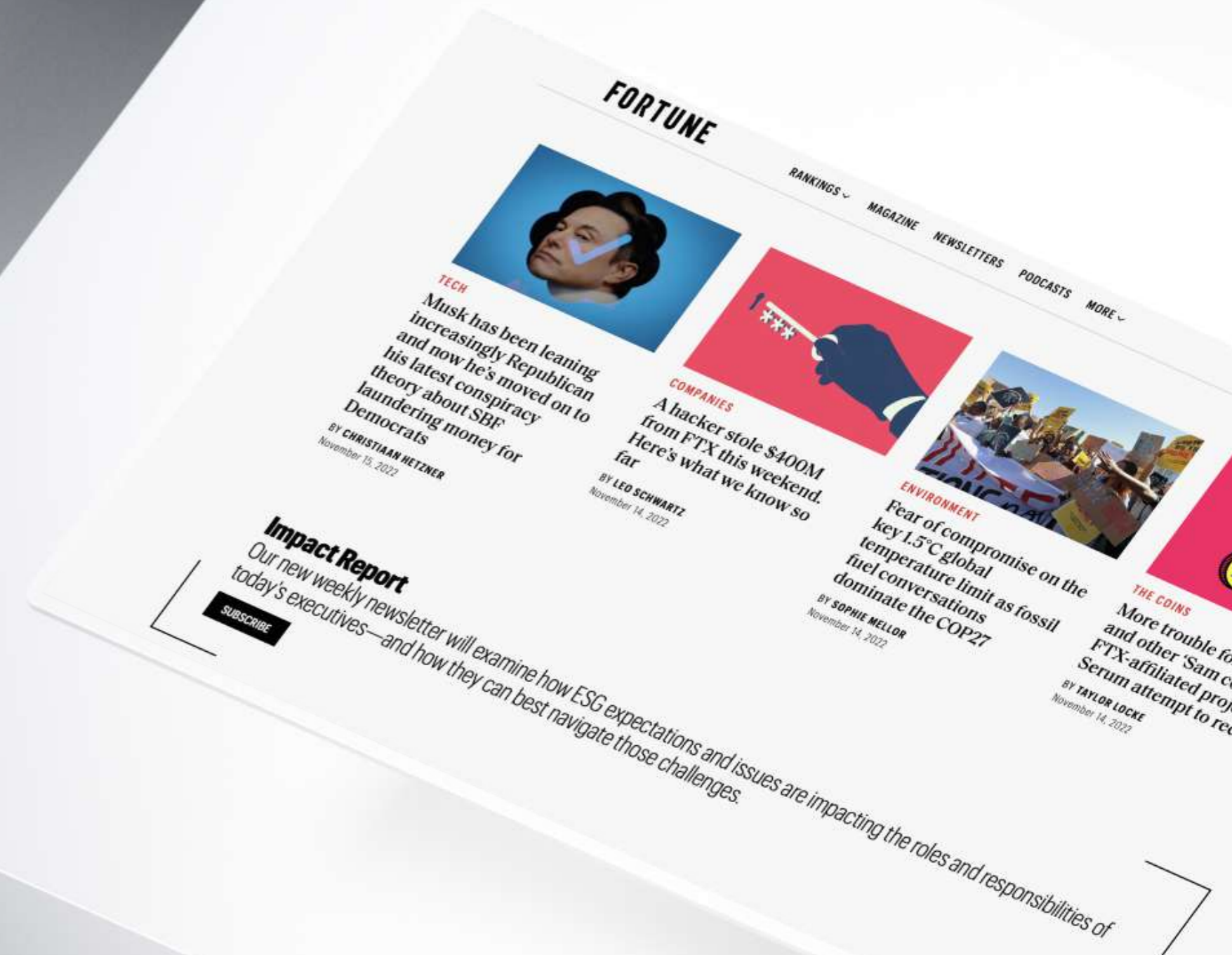
Herausforderung

Lösung

Ergebnis

Fortune Media, gegründet in 1929, ist ein erfolgreiches globales Medienunternehmen das Lesern, Zuschauern und Besuchern einen unübertroffenen Zugang zu erstklassiger Berichterstattung ermöglicht. Als eine der weltweit führenden Wirtschaftsmedienmarke betreibt Fortune eine tägliche Website, ein multinationales Monatsmagazin und eine Konferenzreihe. Darüber hinaus verfügt Fortune über Büros in Peking, Boston, Chicago, Hongkong, London, Los Angeles, New York City, San Francisco und Shanghai.

Im Jahr 2019 wurde Fortune von seiner Muttergesellschaft Meredith an einen privaten Investor verkauft und wurde zu Fortune Media. Nach der Übernahme hat sich die Priorität der Publikationen dahingehend verändert, dass nun die digitale Ausgabe Vorrang vor der gedruckten hat. Zu diesem Zweck beschloss das neue Führungsteam, ein ehrgeiziges Programm zum Relaunch der Website als Premium-Angebot und Aushängeschild der Marke in Angriff zu nehmen.



Übersicht

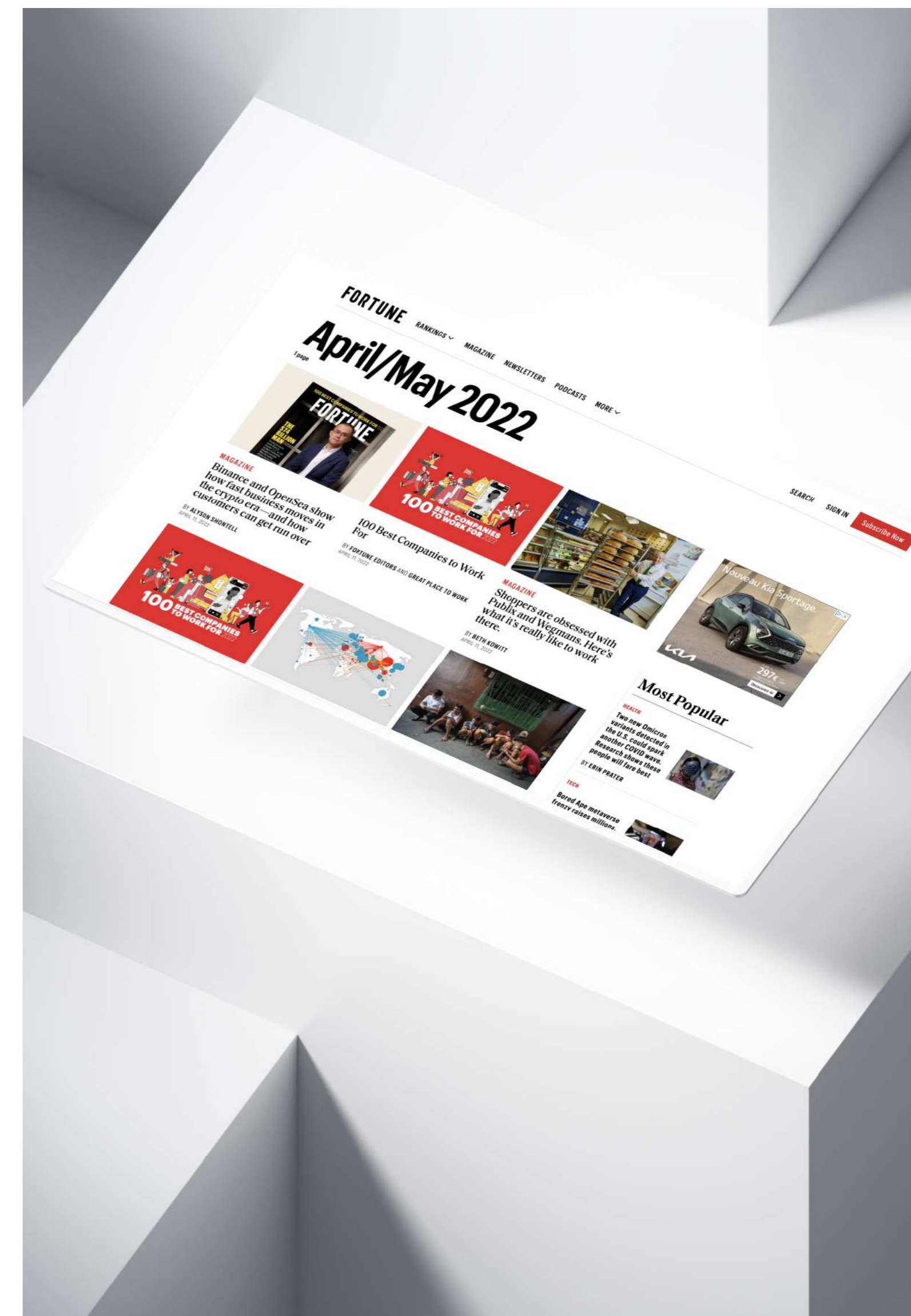
Herausforderung

Lösung

Ergebnis

Das Digitalteam von Fortune hatte ein Jahr Zeit, die Website zu einem erfolgreichen Premium-Angebot zu entwickeln. Das bedeutete, dass die Website von der alten Meredith-Plattform migriert und die neue Website-Infrastruktur sowie die dazugehörigen Teams neu strukturiert werden musste.

Das erhöhte die Komplexität des Projekts erheblich, denn Fortune verfügt neben Standard-Publikationen auch ein Magazin. Somit war die Herausforderung, ein kombiniertes digitales Angebot zu erstellen und zu verkaufen.



Übersicht

Nach dem einjährigen Sprint zur Einrichtung der neuen Premium-Website konnte das Digitalteam drei Kernpunkte festhalten:

Herausforderung

- Einfache Gestaltung – Komplexität schafft keinen Mehrwert
- Bereitschaft, mehr als nur eine Paywall zu errichten
- Je weniger Friktion der Kunde erfährt, desto besser

Lösung

Ergebnis

1. Das Angebot muss für die Abonnenten eindeutig sein

Fortune arbeitete zunächst mit Beratern, um die Preise und Angebotsbedingungen festzulegen. Das Ergebnis war eine dreistufige Preisstrategie mit sowohl monatlichen als auch jährlichen Optionen, in der Hoffnung, dass die meisten Nutzer die mittlere Option wählen.

Mithilfe der Split-Tests von Piano Composer untersuchte Fortune verschiedene Varianten des umfangreichen Angebots und stellte schnell fest, dass das so nicht funktionierte. Die erdrückende Komplexität bedeutete, dass die Kunden viel Zeit und Mühe hatten zu verstehen, was sie kaufen wollten und wie das Ergebnis aussehen würde.

Mit dieser Erkenntnis wurde damit begonnen, den Ansatz zu verfeinern, indem mit zahlreichen Kombinationen von Design, Merkmalen/Funktionen und Preisausdrücken experimentiert wurde, um alles zu vereinfachen.

Mittels **Split-Test** den effektivsten Registrierungsprozess herausfinden

Einführung einer **Churn-Reduzierungsstrategie**

Übersicht

Herausforderung

Lösung

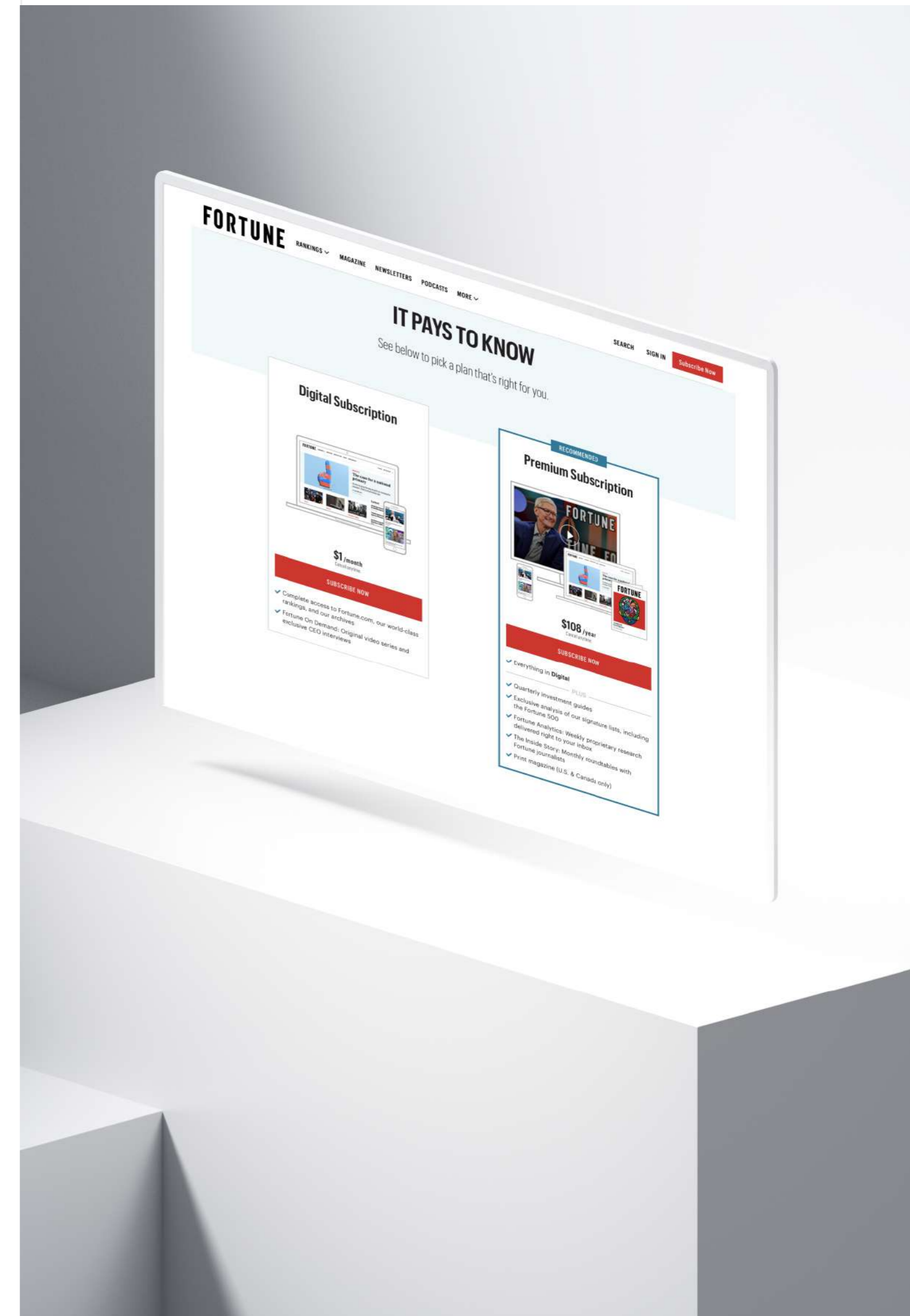
Ergebnis

2. Abrundung einer kompletten Paywall-Lösung

Mit dem Aufbau einer einfachen Paywall wurde klar, dass Fortune im Rahmen der Paywall viele zusätzliche Aspekte berücksichtigen musste.

Fortune benötigte ein Kundenservice-Portal, das den Abonnenten das Upgrade, Downgrade, die Kündigung, Verlängerung und Änderung der Kreditkartendaten erleichtert. Das Unternehmen erkannte auch die Notwendigkeit eines Begrüßungs-/Onboarding-Flows und einer damit verbundenen Marketing-Automatisierung, um neue Abonnenten zu gewinnen und den Wert des Abonnements zu demonstrieren.

Zur Unterstützung der Abwanderungsstrategie entschied sich das Team bei Fortune für den LtC-Algorithmus (Likelihood to Cancel) von Piano, zur Segmentierung der Nutzer mit hohem und niedrigem Abbruchrisiko. Dadurch konnte Fortune besser erkennen, an welcher Stelle des Salesfunnels, die Nutzer abwandern und wie sie bis zu diesem Zeitpunkt mit den Inhalten von Fortune interagierten. Das Wissen über gefährdete Abonnements ermöglichte es Fortune, Marketingkampagnen zu erstellen, um diese Nutzer anzusprechen, wie z. B. Angebot spezieller Verlängerungsbedingungen, um sie zum Bleiben zu bewegen.



Übersicht

Herausforderung

Lösung

Ergebnis

3. Beseitigung aller Reibungspunkte

Als das Digitalteam von Fortune das Format früherer Angebote des Unternehmens untersuchte, wurde klar, dass es extrem schwierig war, ein Abo abzuschließen. Die Angebote waren zu komplex, und es waren viele Schritte nötig, um den Anmeldeprozess abzuschließen. Zudem verlangten die vorhandenen Formulare zu viele Informationen vom Nutzer, wie unter anderem die Adresse.

Fortune war sich sicher, dass sich durch die Vereinfachung der Prozesse die Benutzerfreundlichkeit sich verbessern würde. Mit Pianos Composer wurde ein einfaches Abonnement-Pop-up erstellt, so dass sich alles auf derselben Seite befand und die Nutzer nicht weitergeleitet wurden. Ebenso wurde der bisherige Zahlungsanbieter modernisiert, um eine reibungslose Kaufabwicklung zu ermöglichen, bei der weniger Informationen für den Abschluss der Transaktion abgefragt werden.



Übersicht

Herausforderung

Lösung

Ergebnis

Das Digitalteam von Fortune Media konnte die neue Premium-Website innerhalb eines Jahres erfolgreich entwickeln und testen und ging im Januar 2020 live. Als Ergebnis ihres Testansatzes und der kontinuierlichen Iteration mit Piano erkannte das Team, dass die effektivste Formel ein einziges Angebot in einer einfachen, minimalistischen Vorlage war. Durch die Vereinfachung der Checkout-Seite und die weitestgehende Vereinfachung des Bezahlvorgangs mit nur einem Mausklick konnten das Unternehmen die Zahl der Kaufabbrüche erheblich verringern.

3-fache Steigerung der Konvertierungen: **Anhand** von Split-Test des Anmeldeformulars erkannt

Die Erkenntnisse mit Hilfe von Piano haben die gesamte **Paywall-Strategie** von Fortune verändert

Übersicht

Herausforderung

Lösung

Ergebnis

Das Unternehmen betreibt jetzt mehrere Paywalls als bimodales Geschäft. Fortune hat eine harte Paywall für Premium-Inhalte, die im Magazin verfügbar sind, d. h. alles, worüber ausführlicher berichtet wird, Magazin-Features und tiefere Einblicke. Zudem ist auch eine Metered-Paywall für Franchise-Angebote enthalten, wie etwa die Fortune 500-Liste, bei der den Nutzern nach der dritten Ansicht ein Angebot angezeigt wird.

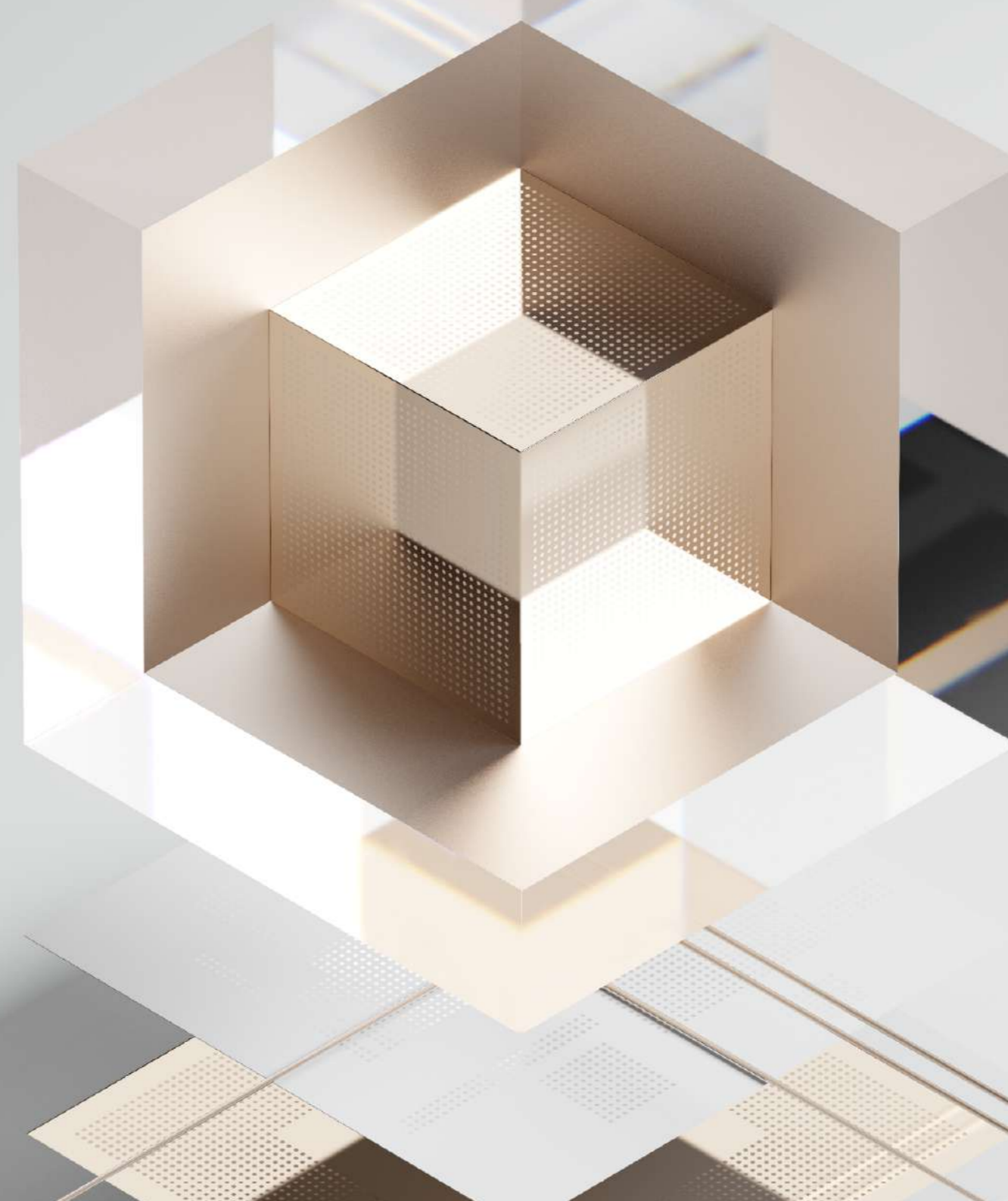
Dadurch können gelegentliche Besucher die Fortune-Listen einsehen, sich aber für ein Abonnement entscheiden, wenn sie nach detaillierteren Informationen suchen. Der Composer von Piano vereinfacht es dem Team, die verschiedenen Regelsätze, die die verschiedenen Paywalls steuern, nahtlos zu verwalten.

Auf der Website sind auch kostenlose, werbefinanzierte, allgemeine Nachrichten verfügbar.

//

Piano ermöglichte es Fortune Media, schnell und nahtlos Paywall-Funktionen zu testen und zu implementieren, somit konnten wir unser Abonnementmodell innerhalb eines Jahres zum Laufen zu bringen. Unser Ziel ist es nun, zusammen mit Piano, First-Party-Daten zu sammeln unser Angebot weiter zu personalisieren und Konvertierungen zu steigern.“

Jonathan Rivers
CTO, Fortune Media



Über Piano

Die Digital-Experience-Plattform von Piano ermöglicht es Unternehmen, das Kundenverhalten zu verstehen und zu beeinflussen. Durch die Zusammenführung von Kundendaten, die Analyse von Verhaltensmetriken und die Erstellung personalisierter Customer Journeys hilft Piano Marken dabei, Kampagnen und Produkte schneller zu starten, die Kundenbindung zu stärken und die Personalisierung in großem Umfang über eine einzige Plattform voranzutreiben. Mit Hauptsitz in Amsterdam betreut Piano durch Niederlassungen in Nord- und Südamerika, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum einen weltweiten Kundenstamm, zu dem Air France, BBC, CBS, IBM, Kirin Holdings, Jaguar Land Rover, Nielsen, The Wall Street Journal und viele mehr gehören. Piano wurde vom World Economic Forum, Inc., Deloitte, American City Business Journals und anderen als eines der am schnellsten wachsenden und innovativsten Technologieunternehmen der Welt bezeichnet.

Fordern sie jetzt eine **Demo** an, um mehr darüber zu erfahren, wie Sie das Verständnis über Ihr Publikum mit den verwertbaren Daten von Piano verbessern können.