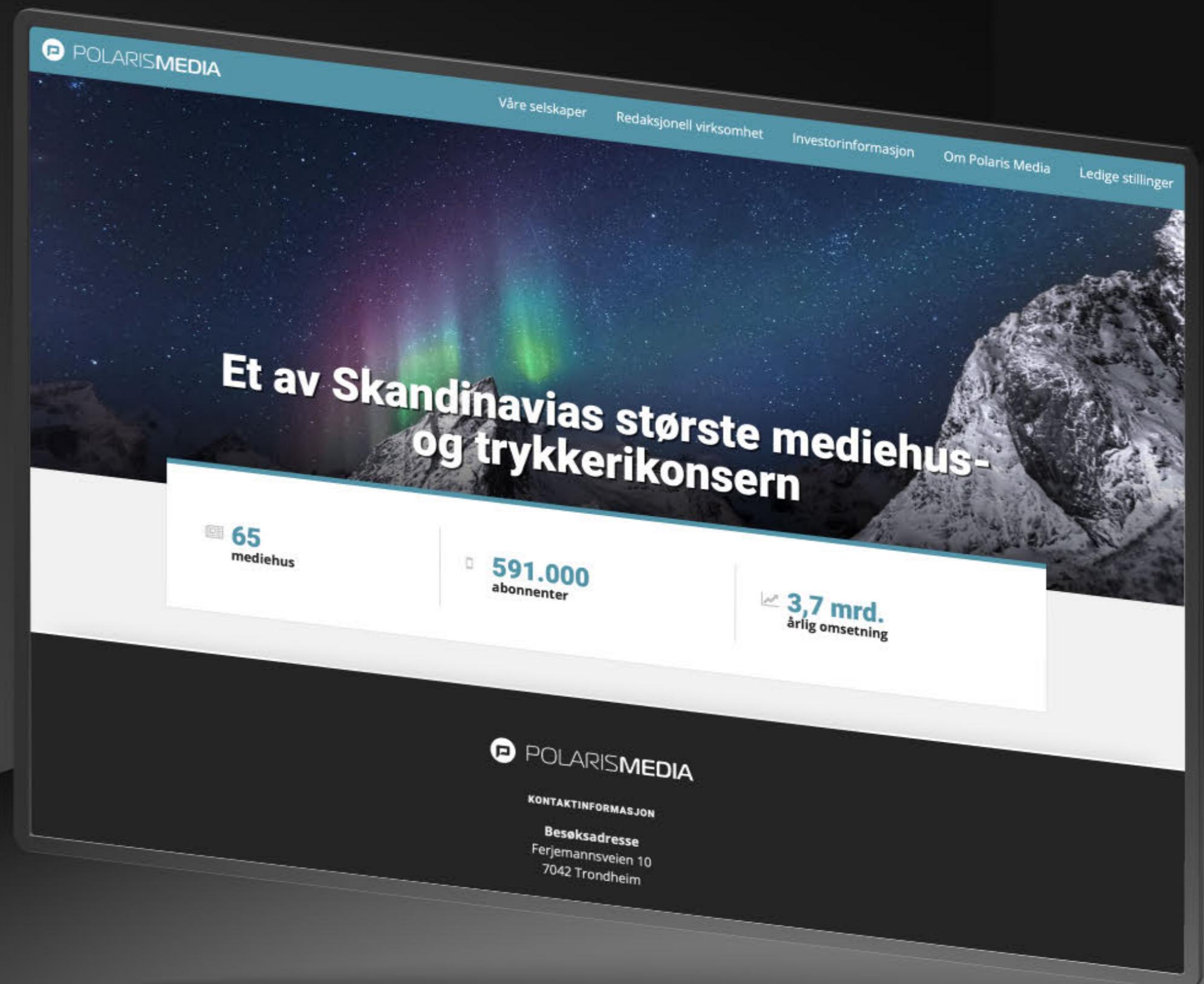


北欧最大手メディア
Polaris Media Sør社が
A/Bテストの活用で
どのように有料購読者
を増加させたのか？



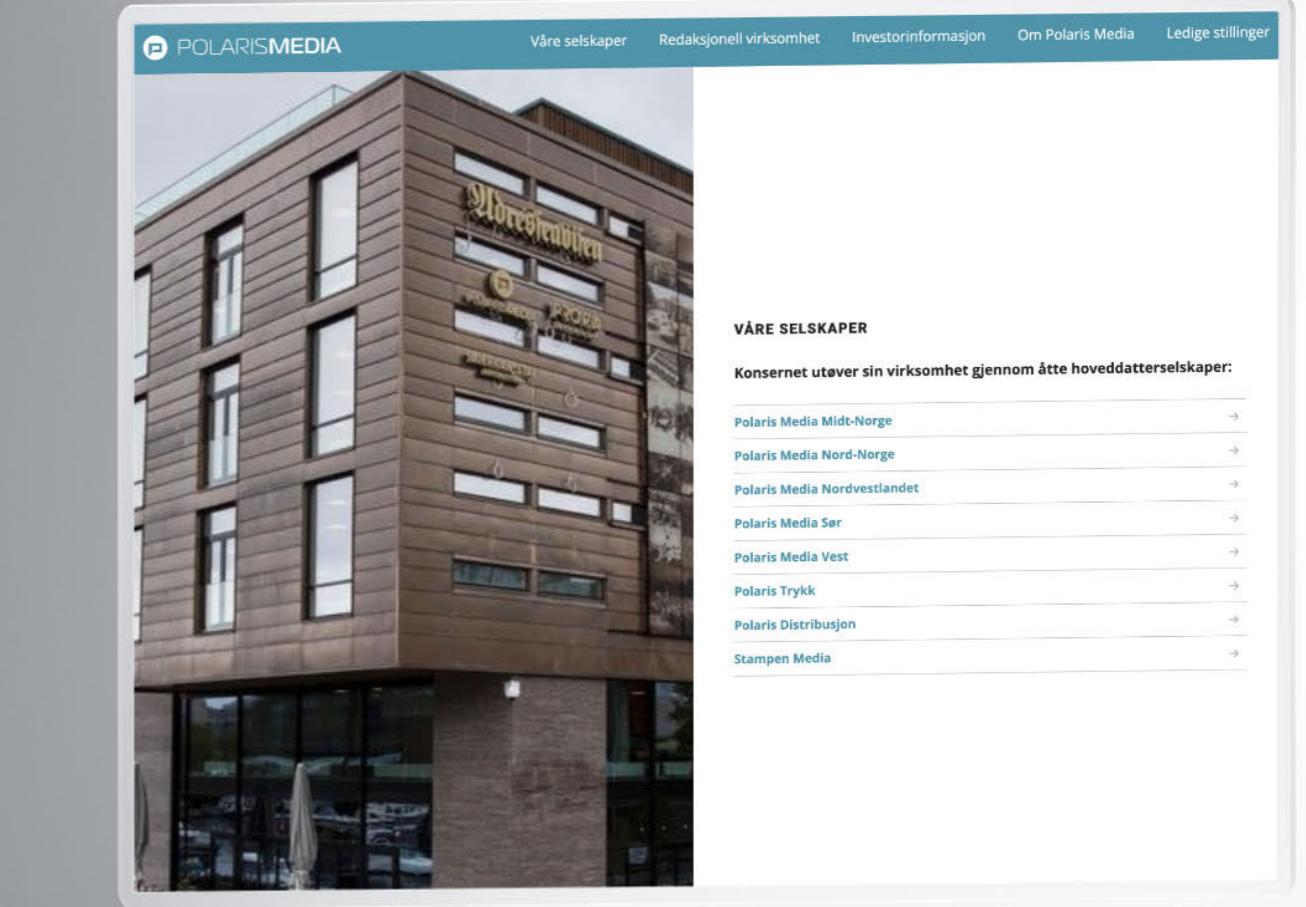
概要

北欧最大のメディアグループであるPolaris Media社の子会社である、Polaris Media Sørは2020年に設立されました。Polaris Media社は、8つの子会社で構成されており、メディア関連のサービス、プリント、配信サービス業などを行っています。ノルウェー各地にある21の地方パブリッシャーにサービスを提供しており、それらのパブリッシャーは全てPianoを通してペイウォールを構築しています。

課題

解決策

結果



概要

1998年よりオンラインにて「無料」のニュース配信を始めたPolaris Media Sørが、まず初めに直面した大きな課題は「いかにしてユーザーを課金に導くか」ということでした。当時、大多数のユーザーは「有料購読」という概念すらない状況でした。

課題

解決策

結果

Polaris Media Sørは、2013年に最初の「非インテリジェント」ペイウォール(業界標準のフォーマットで、セグメンテーションやパーソナライゼーションを行わない)をローンチ後すぐに、「課金するかしないか」のステージがカスタマージャーニーの中で最も重要であることに気がつきました。そこで、ユーザーのウェブサイトに対する信頼と有料購読を促進するために、ペイウォールのユーザー エクスペリエンス全体の改善が必要でした。

また、有料コンテンツの閲覧数が月間180万件にも達していたため、ユーザーとのコミュニケーションの機会を最大限に活用し、有料購読へ誘導するとともに、コンバージョン後の解約を可能な限り減らす必要がありました。



概要

Polaris Media Sørは、2019年に、適切なメッセージを適切なオーディエンスに、適切なタイミングで伝えることを目的に、初のPianoを活用したインテリジェントペイウォールを導入しました。

課題

Pianoの技術によりPolaris Media Sørは以下のことを実現しました：

解決策

ペイウォールのデザインや操作感をカスタマイズ

SNSでよく使われるような絵文字を採用するなど、顧客にフォーカスしたさまざまなペイウォールのA/Bテストを行いました。親しみやすいデザインやユーモア、業界用語を取り入れた他、ウェブサイト側はユーザーに強い関心を持っていることや、コンテンツが地域性や関連性の高いものであることを感じられるデザインにするなど、ポジティブなユーザー体験の構築を試みました。コロナ禍に突入してからは、ユーザーのエンゲージメント促進のために、よりパーソナルなアプローチにシフトし、一般的なペイウォールのデザインではなく、自社のスタッフの写真やメッセージを表示し、有料会員のコミュニティに参加するよう呼びかけました。

関連性の高いコンテンツリストの表示でエンゲージメントを促進

ユーザー体験の中止を避け、ユーザーのコンテンツ閲覧時間を少しでも長くするために、コンテンツやユーザー行動に基づいたPianoのコンテンツレコメンデーションで選別されたコンテンツを表示しました。ユーザーにスクロールさせる動機を与えることで、カスタマージャーニーの「検討段階」のユーザーに魅力的なコンテンツをより多く提供し、コンバージョン促進を図りました。

ターゲットユーザーを絞ったコンテンツの表示

Pianoでは、柔軟にコンテンツやユーザーを指定したペイウォールを指定できるので、それを利用して、ある特定の記事カテゴリーにペイウォールを設置しました。また、関連記事のレコメンデーションを利用し、各ユーザーに関連性の高い記事を表示し、有料会員へのコンバージョンを促しました。

ユーザーに同じペイウォールを表示しないことを徹底

同時にいくつものペイウォールを運用することで、ユーザーがサイト訪問する度に新しいペイウォールが表示されるよう設定しました。また、ペイウォールのキャッチコピーに変化を持たせることで、ユーザーの広告疲れの回避を図りました。



概要

PianoのA/Bテスト機能により、Polaris Media Sørはさまざまなペイウォールの画像や色、メッセージをテストすることができました。絵文字を取り入れたペイウォールを導入したところ、最初の1ヶ月でCTR（クリック率）が197%も上昇しました。

課題

ペイウォールを、スタッフの写真やメッセージを表記するデザインに一新し、有料会員コミュニティへ招待したところ、最初の5日間で12.2%のCTRの増加が見られました。

解決策

また、新しいペイウォールを迅速に作成・表示することができるようになったため、翌日にはCTRや購読数が増加が見られました。

Pianoと連携することで、ペイウォール戦略を最適化するための、クリエイティブなアプローチを幅広く採用することができました。

そして何よりも、Polaris Media Sørは継続的なA/Bテスト、分析、調整、再ローンチを通して、ユーザーに関する理解が深まり、課金する価値のあるコンテンツがあるということを、ユーザーに知らせることができるようになりました。

今後Polaris Media Sørは、これまで築いてきた基盤をもとに、できるだけ多くのユーザーにリーチしながら、さらにパーソナライズしたサービス提供を目指します。実現のためには、信頼性の高い分析に基き、「質の高いコンテンツの提供」そして「そのコンテンツがリーチできるユーザー数の増加」の間で完璧なバランスを見つけなければなりません。

「2019年にAIを活用したPianoのインテリジェントペイウォールを導入し、弊社のサブスクビジネスはこれまでとは比べものにならないほどの、飛躍的な進歩を遂げました。Pianoのプラットフォームの幅広い機能により、今までのサブスクリプションモデルを徹底的に見直すことができ、全く新しいものへと変えることに成功しました。」

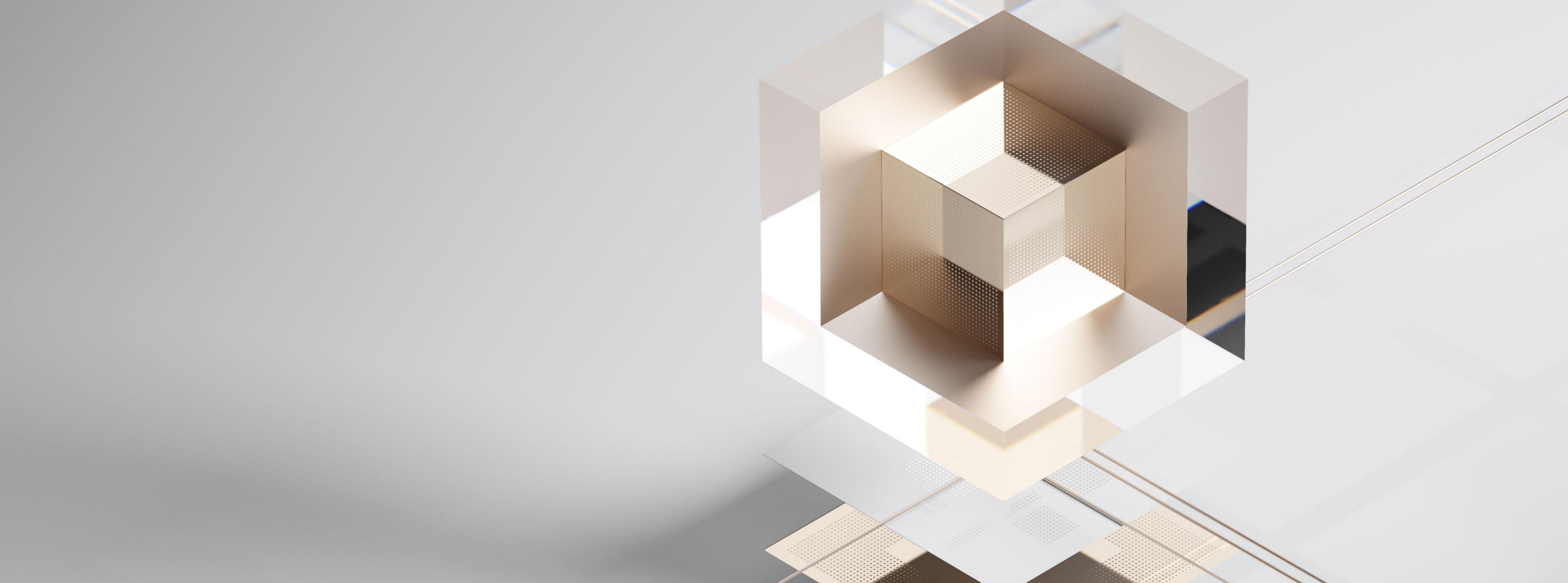
Polaris Media Sør デジタルマーケティング担当
Helene Tveiten

結果

**Polaris Media Sørの有料購読者数
97,000名**

SNSで絵文字を活用した
ペイウォールのA/Bテスト
終了後、197% CTRが増加

ペイウォールを有料会員
コミュニティの招待状に
変更した後、最初の5日間で
12.2%CTRが増加



【Pianoについて】

Piano社は企業のデジタルビジネスにおいて、顧客行動を理解し、次のアクションへと促す知見やロジックを提供しております。顧客データの統合、行動指標の分析、パーソナライズされたカスタマージャーニーの構築により、キャンペーンや製品の迅速なローンチ、顧客エンゲージメントの強化、単一のプラットフォームで大規模なパーソナライゼーションを実施できるよう支援をしております。

オランダ・アムステルダムに本社を置き、米国、欧州、アジア太平洋地域にオフィスを構えています。国内では毎日新聞社・産経新聞社・日刊スポーツ新聞社・報知新聞社等の新聞社や、集英社・講談社・扶桑社・日経BP等の出版社を含む、各種メディア企業を中心に導入いただいており、グローバルでは、エールフランス・BBC・CBS・IBM・ウォールストリートジャーナルなど、世界1,000社以上の主要メディアのウェブサイトのオーディエンス獲得と収益向上を支援しています。そして、World Economic Forum、Deloitte、American City Business Journalsなどにより、世界で最も急速に成長中であり、最も革新的なテクノロジー企業の一つとして認められています。

活性化された貴社のデータは新しい形の顧客理解を実現できます。デモのリクエストはこちらから