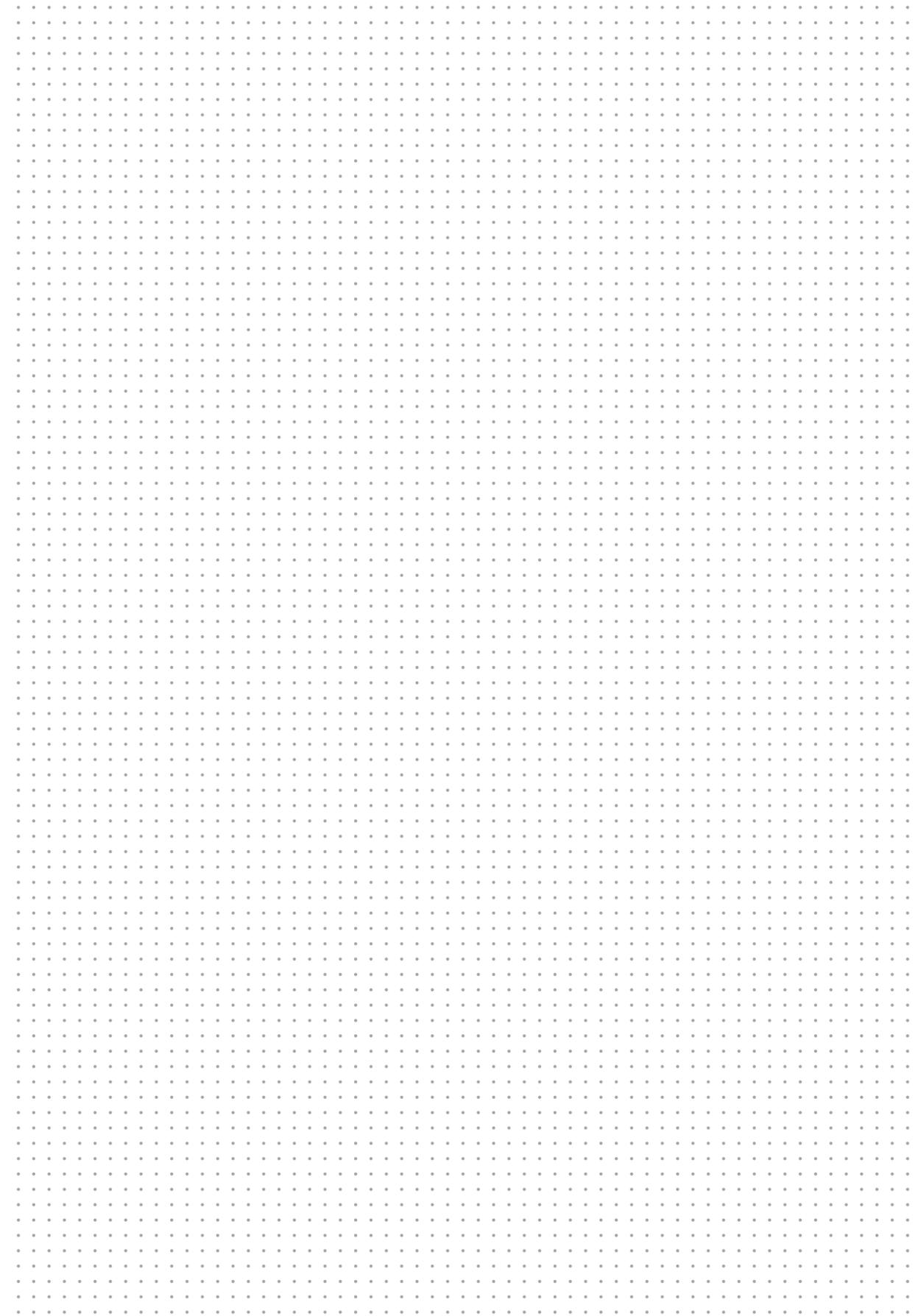


piano



Croissance rapide du nombre d'abonnements

Comment Piano a aidé le Daily Memphian à atteindre en trois semaines son objectif d'abonnements initialement prévu sur 12 mois



Aperçu

Problème

Solution

Résultats

Le **Daily Memphian** est le premier quotidien en ligne de journalisme de qualité dans la région de Memphis. Fondé en 2018, il est dirigé par une équipe de journalistes expérimentés qui traitent des sujets importants aux yeux des habitants de Memphis. Son PDG, **Eric Barnes**, est journaliste, rédacteur et éditeur. Il a travaillé pour de nombreux groupes médias.

Membre de longue date de la communauté de Memphis, l'équipe du Daily Memphian a constaté qu'il n'existait que peu de contenus dédiés à Memphis, et a décidé de remédier à la situation. Fort de ses années d'expérience en matière de storytelling, le Daily Memphian y a vu l'occasion d'offrir aux quelque 650 000 habitants de Memphis un espace dédié à la consommation de contenus portant sur les manifestations, les actualités et les personnalités locales.

Le Daily Memphian a dès le départ été conçu comme une publication à abonnement Premium, dont l'accès était initialement fixé à 7 dollars par mois. Ce modèle commercial répondait à deux objectifs :

1. Soutenir l'activité grâce à une audience prête à payer pour des contenus de qualité
2. Inciter continuellement la marque à faire preuve d'excellence afin de justifier son offre Premium



Aperçu

Problème

Solution

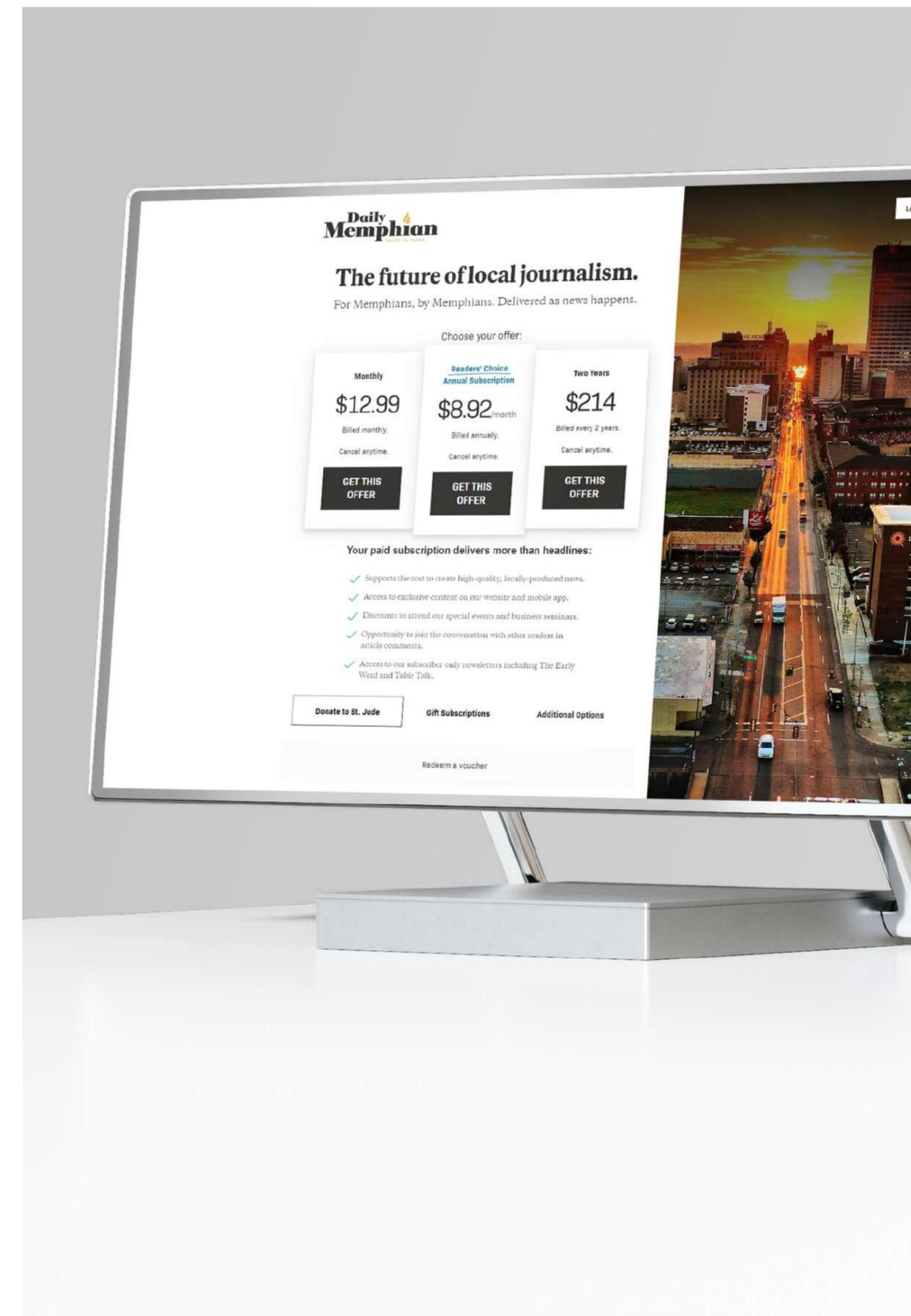
Résultats

L'enjeu : Gérer une campagne marketing avec des ressources limitées

Pour se lancer, le Daily Memphian a à ses débuts réservé un petit espace publicitaire à des marques locales prêtes à payer pour avoir de la visibilité. L'objectif a néanmoins toujours été de produire du contenu de qualité, et non d'inonder les utilisateurs de publicités.

Le Daily Memphian souhaitait délivrer un contenu conforme aux attentes du public, et ce, aussi rapidement que possible de façon à justifier l'abonnement mensuel. À son lancement, l'objectif fixé s'élevait à 4 500 abonnés au cours des 12 premiers mois.

Le PDG Eric Barnes savait toutefois que le quotidien avait besoin de visibilité et de légitimité pour inciter les lecteurs locaux à s'abonner. Une campagne de marketing stratégique multicanal s'imposait afin de diffuser la marque sur un réseau diversifié, notamment les bus locaux et autres supports publicitaires extérieurs. Cependant, il fallait également à l'entreprise un partenaire stratégique expérimenté dans l'analyse de l'audience pour pouvoir adapter le plus précisément possible ses tarifs et ses autres offres à ses lecteurs.



Aperçu

Problème

Solution

Résultats

La solution : Fonder toute l'activité numérique sur une solution complète

Eric Barnes connaissait bien Piano lorsqu'il a créé le Daily Memphian. Avec son conseil d'administration et son équipe technique, le PDG a pris la décision d'y consacrer une part importante des capitaux levés.

« Nous voulions tout de suite faire les choses en grand en lançant le Daily Memphian. Piano était le partenaire stratégique idéal pour nous aider à atteindre cet objectif », explique Eric Barnes.

Piano est une solution complète de premier ordre qui permet aux marques de lancer rapidement leurs produits et services, puis accompagne leur croissance. Piano Composer s'est révélé particulièrement utile pour le Daily Memphian. C'est en effet cet outil qui a permis à l'équipe marketing de tester, de déployer et de gérer ses offres, ses tarifs et sa communication.

Composer a également été intégré à la plateforme CMS développée sur mesure pour le Daily Memphian, offrant ainsi à l'équipe des informations précieuses sur ses abonnés. Ces données ont permis au quotidien d'optimiser son contenu en se concentrant sur les thèmes les plus intéressants pour son audience.

« Piano a joué un rôle essentiel dans le lancement rapide de l'entreprise et dans la gestion de l'expérience de notre audience, afin d'inciter nos lecteurs à souscrire un abonnement payant », déclare Eric Barnes.

« Piano a joué un rôle essentiel dans le lancement rapide de l'entreprise et dans la gestion de l'expérience de notre audience, afin d'inciter nos lecteurs à souscrire un abonnement payant »,

déclare Eric Barnes.

Aperçu

Problème

Results

Résultats

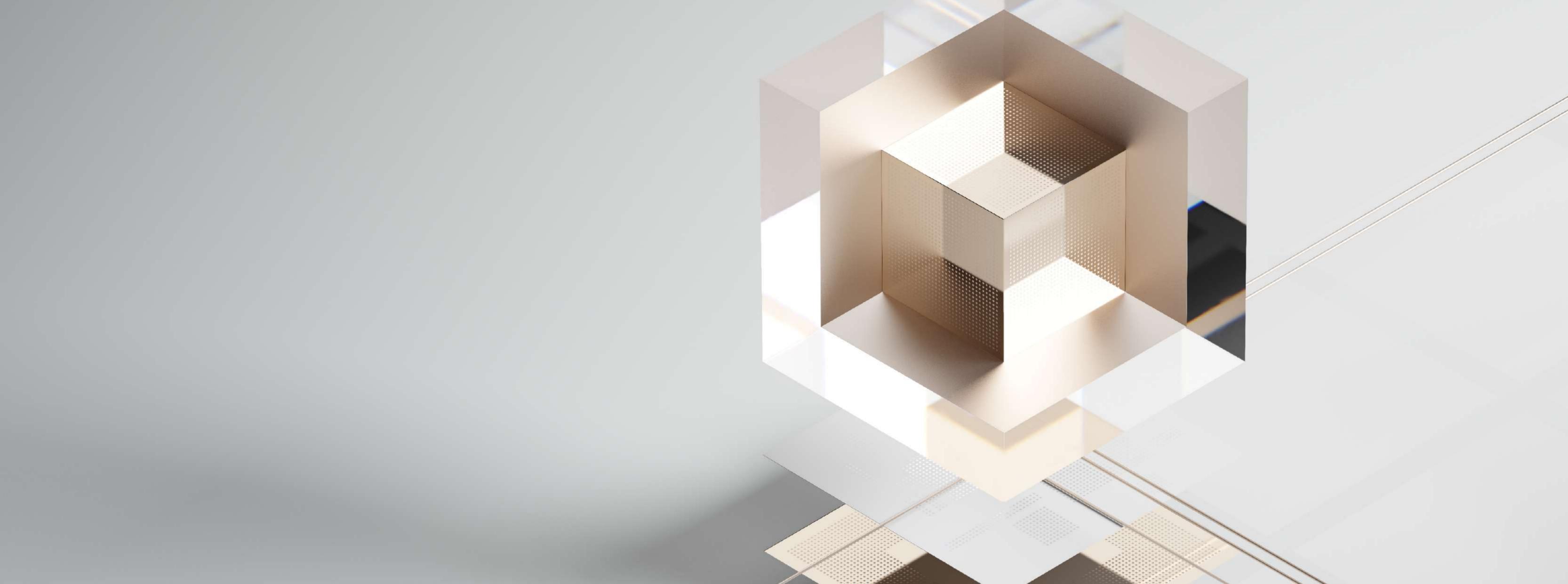
Les résultats obtenus : 14 000 abonnés et une augmentation de 30% du tarif du paywall

En faisant appel à Piano, le Daily Memphian a atteint son objectif de 4 500 abonnés en tout juste trois semaines et demie. Au cours des mois suivants, la base d'abonnés est passée à 7 000, puis à 14 000 au bout de deux ans d'activité seulement. Le quotidien a également pu revoir à la hausse le tarif de son paywall, des 7 dollars de l'abonnement mensuel initial à une moyenne de 9,25 dollars par mois maintenant. Grâce aux puissantes fonctionnalités de test A/B (et A/B/C) de Composer, le Daily Memphian optimise ses offres en permanence. Cette démarche lui permet d'orienter ses lecteurs vers l'abonnement le plus adapté.

La morale de cette histoire ? Les lecteurs sont prêts à payer pour accéder à du contenu s'ils y voient une valeur ajoutée. Grâce à Piano, le Daily Memphian offre une expérience de qualité qui répond parfaitement aux attentes de ses abonnés.

« Piano est une solution tout compris, mais pas toute faite. Elle nous a aidés à être rapidement opérationnels et à atteindre nos objectifs d'abonnés sans le moindre problème logistique. C'est aussi une solution très performante en matière de facturation et de conformité, un aspect essentiel lorsqu'il s'agit d'acquérir de nouveaux clients et abonnés. En somme, Piano est à la base de l'ensemble de notre activité numérique. Nous sommes conquis. » , déclare Eric Barnes.





ABOUT PIANO

Piano's Digital Experience Cloud empowers organizations to understand and influence customer behavior. By unifying customer data, analyzing behavior metrics and creating personalized customer journeys, Piano helps brands launch campaigns and products faster, strengthen customer engagement and drive personalization at scale from a single platform. Headquartered in Philadelphia with offices across the Americas, Europe and Asia Pacific, Piano serves a global client base, including Air France, the BBC, CBS, IBM, Kirin Holdings, Jaguar Land Rover, Nielsen, The Wall Street Journal and more. Piano has been recognized as one of the fastest-growing, most innovative technology companies in the world by World Economic Forum, Inc., Deloitte, American City Business Journals and more.

For more information,
visit piano.io