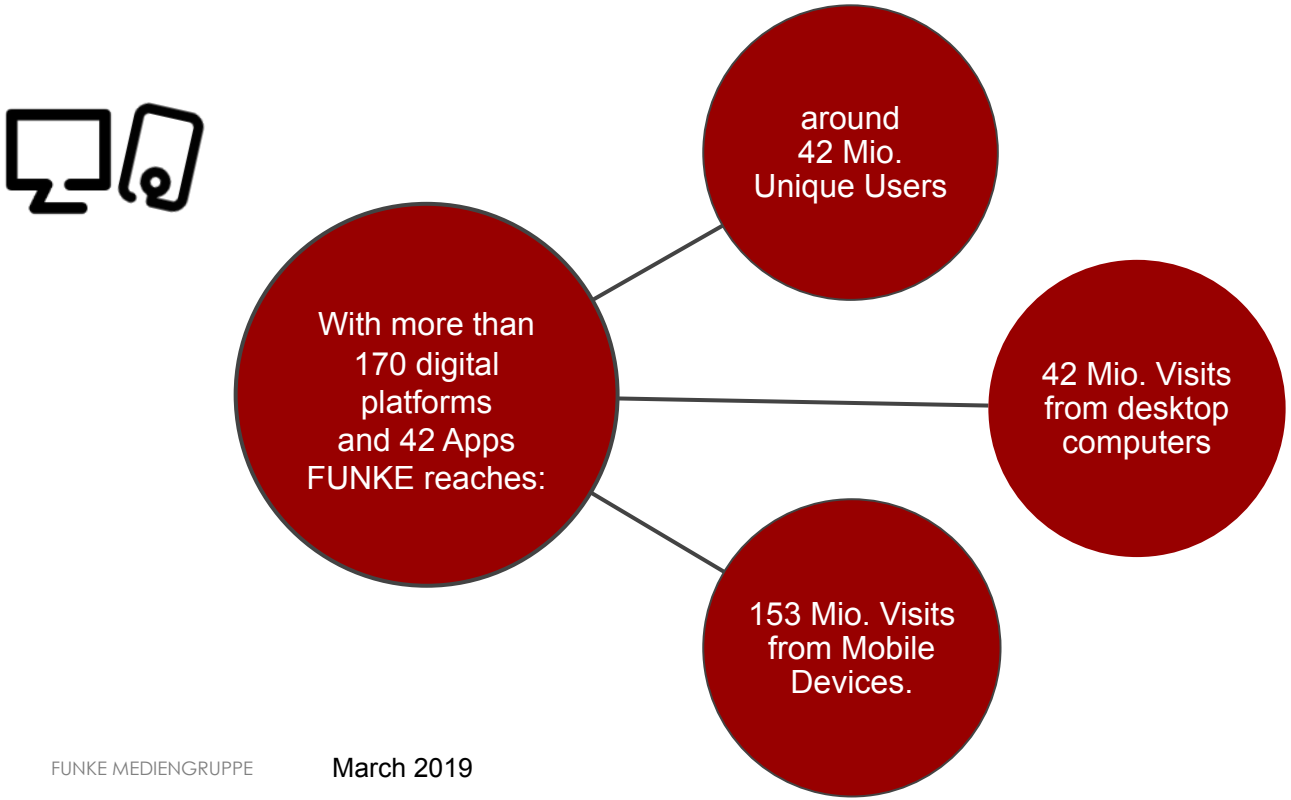
Value-based pricing:
Psychology of choice and price increases

Kira Reibe, Sarah Barth

Who we are


With more than 170 digital platforms and 42 Apps FUNKE reaches:
around 42 Mio. Unique Users
42 Mio. Visits from desktop computers
153 Mio. Visits from Mobile Devices.

Project 1

Increase prices and improving the product

Project Summary

GOAL

- 1st paid content price increase for all subscribers at FUNKE NRW
  - from **7,99€ to 9,99€ per month (+25%)**
  - from **79,90€ to 83,88€ per year (+5%)**
- **Promote annual** subscriptions
- **Prevent cancellation** wave
- **Increase retention rate** by promoting upselling option with price advantage
-

CHALLENGES

- How to justify a higher price?
- What could be the right added value?
- How to increase the retention rate even though subscribers have to pay more?
- How to make users choose the annual subscription?

ACTIVITIES

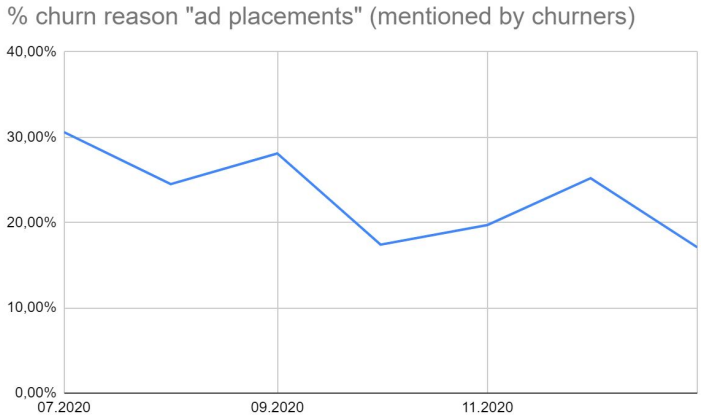
- **Listen to your (former) customers** and understand their needs and churn reasons
- Be **transparent** why you are increasing prices
- **Communicate** before, while and after the price increase
- Emphasize **added value (-70% ad reduction) and special offers (annual subscription)** for your existing customers

How to justify a price increase of 25%?

What is the added value that are people willing to pay for?

Listen to your customer to find the right added value

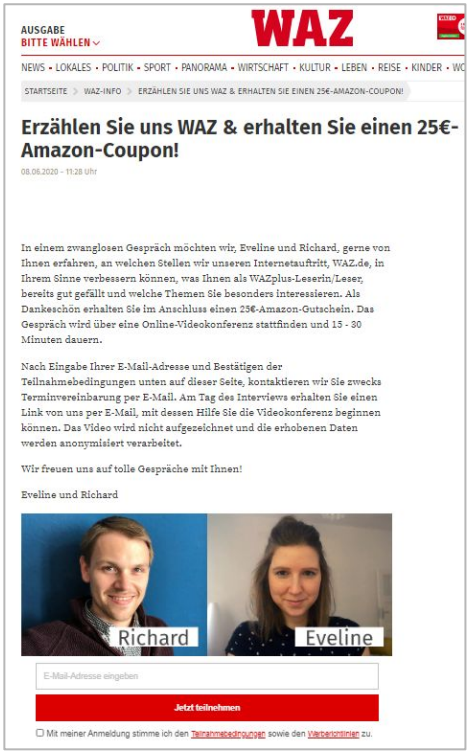
- By using quantitative and qualitative customer surveys and personal interviews we found out what our customers want
- **Ad load and placements are one of the top mentioned churn reasons by subscribers (30%)**
- After reducing the ad placements significantly (-70%) for subscribers the surveys showed a drop of -13%p regarding this churn reason



→ **ad reduction was/is one of a relevant success factors for retention**

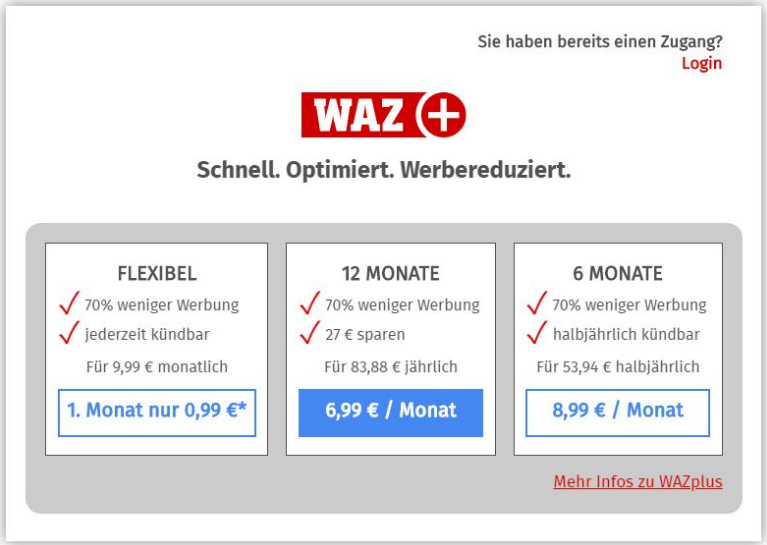
onsite survey

campaign to recruit interviewees



1 | Make the annual subscription stand out

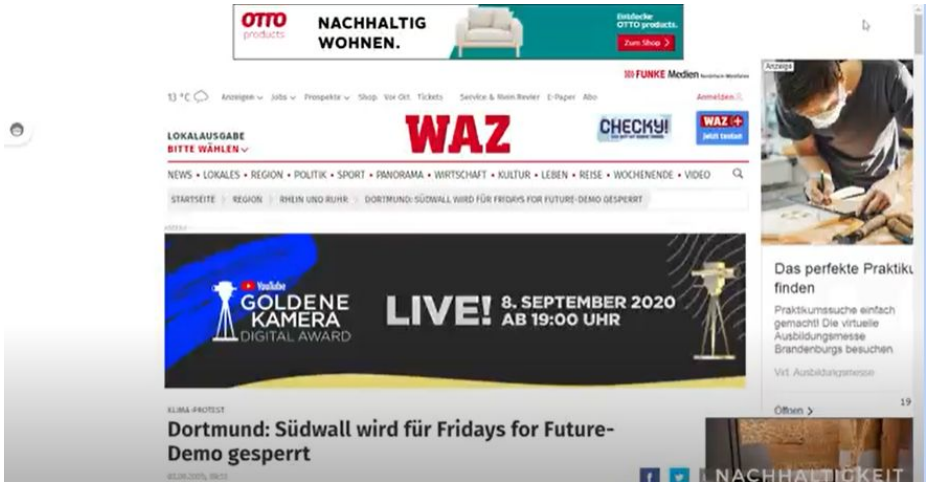
- introduction of the “decoy paywall” containing 3 offers:
  - monthly subscription
  - annual subscription
  - semi-yearly subscription (obviously not a good deal)
- **focus on central offer:** annual subscription → best value for money + max. CLV
- in any case: 70% less ads (exception: news app)



2 | The added value: 70% less advertisement

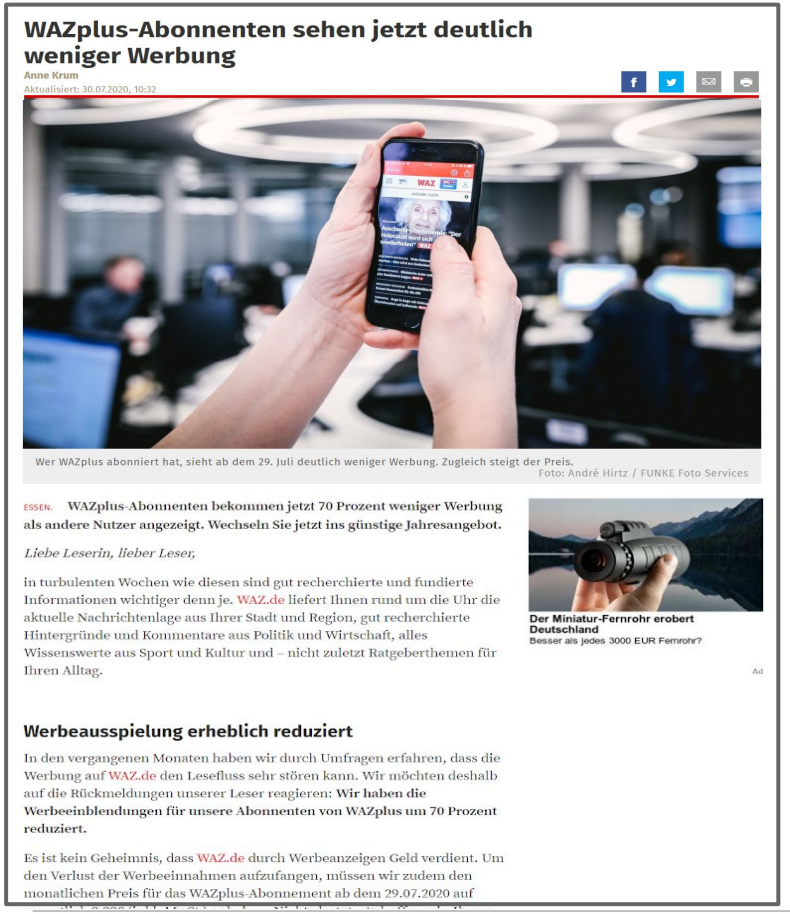
FUNKE Digital

before



after

3 | Transparency of price & new benefits



WAZplus-Abonnenten sehen jetzt deutlich weniger Werbung

Anne Krum
Aktualisiert: 30.07.2020, 10:32

Wer WAZplus abonniert hat, sieht ab dem 29. Juli deutlich weniger Werbung. Zugleich steigt der Preis.
Foto: André Hirtz / FUNKE Foto Services

ESSEN. **WAZplus-Abonnenten bekommen jetzt 70 Prozent weniger Werbung als andere Nutzer angezeigt. Wechseln Sie jetzt ins günstige Jahresangebot.**

Liebe Leserin, lieber Leser,

in turbulenten Wochen wie diesen sind gut recherchierte und fundierte Informationen wichtiger denn je. WAZ.de liefert Ihnen rund um die Uhr die aktuelle Nachrichtenlage aus Ihrer Stadt und Region, gut recherchierte Hintergründe und Kommentare aus Politik und Wirtschaft, alles Wissenswerte aus Sport und Kultur und – nicht zuletzt Ratgeberthemen für Ihren Alltag.

Der Miniatur-Fernrohr erobert Deutschland
Besser als jedes 3000 EUR Fernrohr?
Ad

Werbeausspielung erheblich reduziert

In den vergangenen Monaten haben wir durch Umfragen erfahren, dass die Werbung auf WAZ.de den Lesefluss sehr stören kann. Wir möchten deshalb auf die Rückmeldungen unserer Leser reagieren: **Wir haben die Werbeeinblendungen für unsere Abonnenten von WAZplus um 70 Prozent reduziert.**

Es ist kein Geheimnis, dass WAZ.de durch Werbeanzeigen Geld verdient. Um den Verlust der Werbeeinnahmen aufzufangen, müssen wir zudem den monatlichen Preis für das WAZplus-Abonnement ab dem 29.07.2020 auf

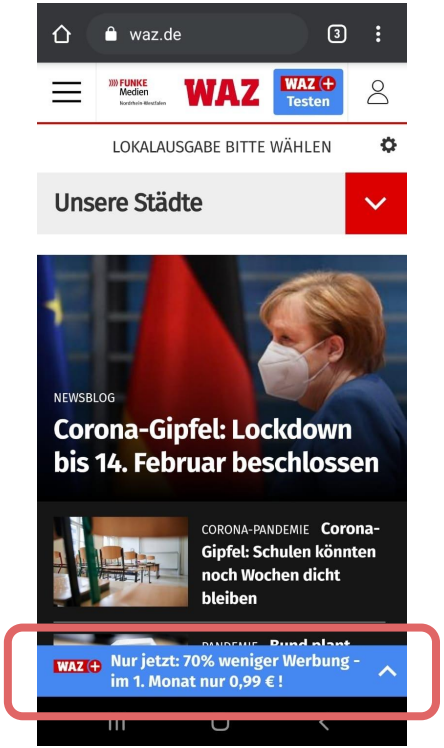
2 weeks before go-live:

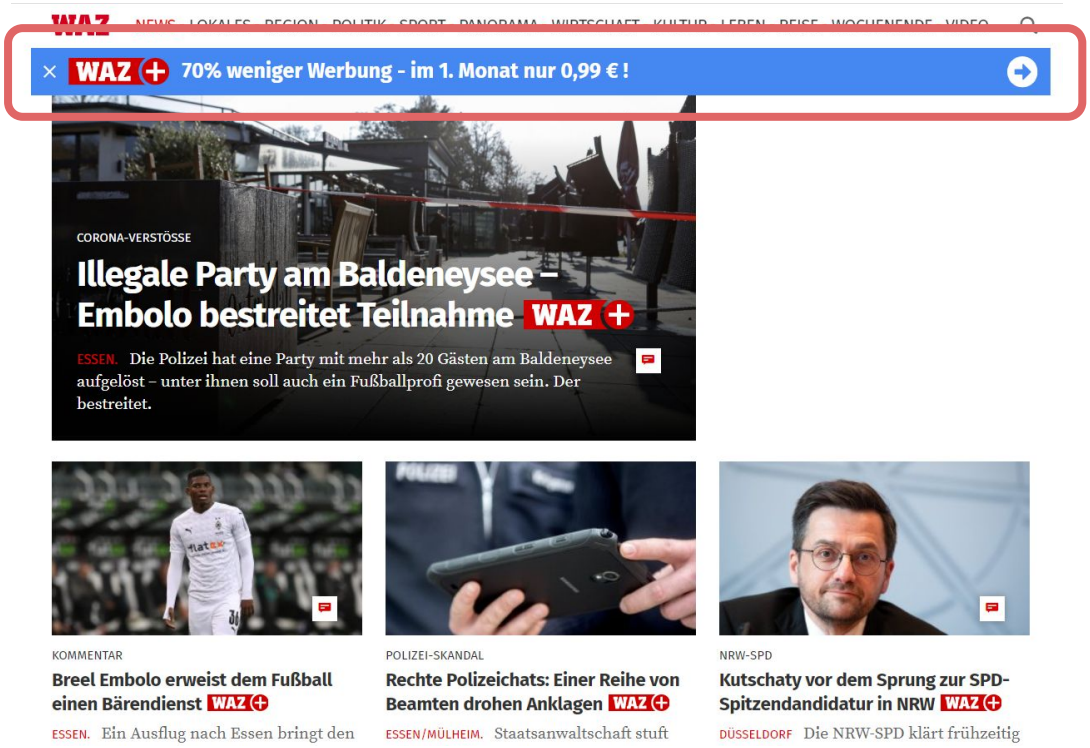
- our editor-in-chief wrote an **article explaining completely transparently why we are increasing prices and what our journalism stands for.**
- we focused on emphasizing the big benefits for loyal subscribers: 70% less ads
- We also presented an option to **keep the current price per month by upgrading to an annual subscription**

→ building trust and understanding with transparent communication was one of the key success factors

4 | Marketing - Onsite Touchpoints

prominent placement of added value on onsite sticky banner: promotion of 70% less ads, only 0,99€ for the 1st month





FUNKE Digital

pre- and post-churn initiatives

to inform our existing subscribers

5 | Mailings

FUNKE Digital

Mailing #1
1 week before price increase

Wird dieser Newsletter nicht richtig angezeigt? Zur Webseitenansicht.

WAZ

Im Abo gibt's jetzt weniger...

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit Ihrer Hilfe machen wir das Portal jeden Tag ein Stückchen besser. **Am 29.07. feiern wir einen Meilenstein: Die Werbereduktion für alle Abonnenten!**

70% der Werbeeinblendungen werden nicht mehr angezeigt. So wird das Lesen der Artikel weniger gestört und Sie können sich auf das Wesentliche konzentrieren. Ihre Nachrichten!

Es ist kein Geheimnis, dass WAZ.de durch Werbeanzeigen Geld verdient. Daher müssen wir durch die Einsparung der Werbeanzeigen, den monatlichen Preis von WAZplus auf 9,99 € pro Monat anheben. Wenn Sie noch bis 28.07. unser attraktives Jahresabo abschließen, dann zahlen Sie in den nächsten 12 Monaten nur einen Preis von 6,66 € pro Monat (einmalige Abbuchung von 79,90 €).

Unser Angebot für Sie:

- 100% Zugriff auf alle Artikel auf WAZ.de
- 70% weniger Werbung
- Nur 79,90 € im ersten Jahr, statt künftig 119,88 € (12 x 9,99 €)
- Das Angebot gilt nur noch bis zum 28.07.2020

Zum Angebot

Herzliche Grüße

open rate: 63%
click rate: 24%

Mailing #2 - Last Call
1 day before price increase

Wird dieser Newsletter nicht richtig angezeigt? Zur Webseitenansicht.

WAZ

Das blenden wir einfach mal aus:

70% weniger Werbung

Ab 29.07.

Liebe Leserin, lieber Leser,

ab morgen können Sie den Fokus auf das Wesentliche legen: Nachrichten aus Ihrer Region! Dafür haben wir im WAZplus Zugang die Werbung um 70% reduziert! Wir als WAZ-Leserservice haben das werbereduzierte Angebot schon vorab testen dürfen und sind absolut begeistert! Überzeugen Sie sich selbst.

Jetzt schnell sein:
Haben Sie schon von unserem günstigen Jahresabo gehört?

Im Jahresabo zahlen Sie in den nächsten 12 Monaten nur **6,66 € pro Monat** (einmalige Abbuchung von 79,90 €) statt **9,99 € pro Monat**! Damit sparen Sie fast 40 €. **Das Angebot gilt nur noch heute.**

Ab 29.07.2020 wird Ihr monatlicher Preis auf 9,99 € angepasst.

Zum Jahresabo

open rate: 34%
click rate: 18%

Homepage: an overlay promotes the Onsite Self Service Upgrade activation for e-mail-receivers

WAZ

Treue-Angebot:

79,90 € pro Jahr*

*Statt 119,88 € pro Jahr im Monatsabo.
Ab dem 2. Jahr 83,88 € pro Jahr.

Und so einfach geht's:

Gehen Sie zu **"Mein Account"** oben rechts und aktivieren Sie ihr persönliches TREUE-ANGEBOT im 1. Reiter **"Bibliothek"**.

Schritt-1

Schritt-2

Mein Account WAZplus

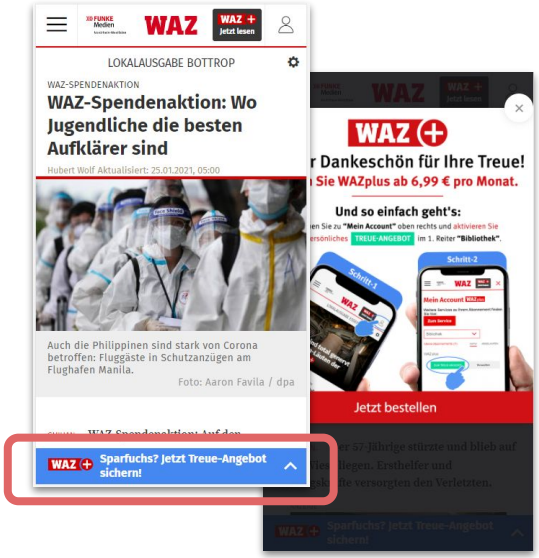
Zum Service

Bibliothek

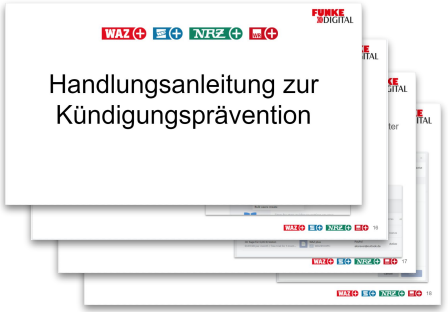
conversion rate:
18%

6 | pre- and post-churn initiatives

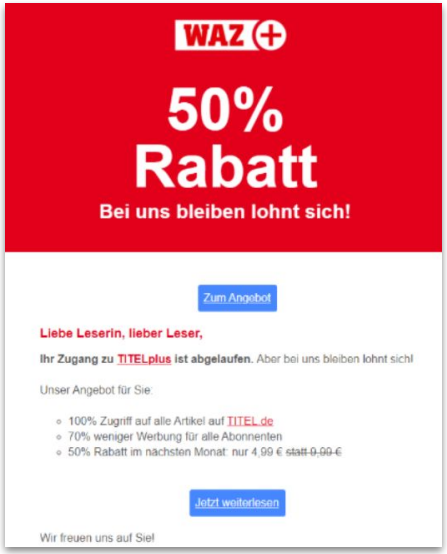
onsite touchpoints with loyalty annual offer for existing subscribers



churn prevention briefing for the customer support



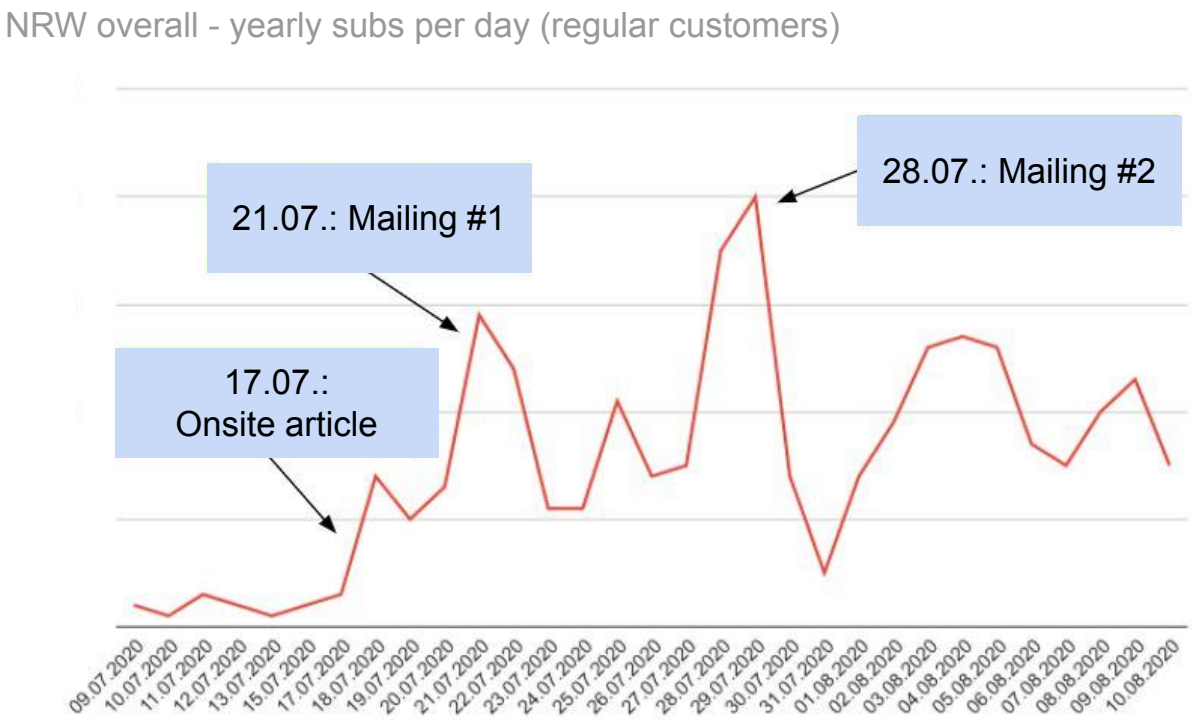
win back mailings for former subscribers with a 50% off offer on monthly



FUNKE Digital

The outcome

Significant increase of yearly subscription upgrades as we started announcements



Higher Price!
Happy Users!
It works!

1. **126% uplift of annual subscriptions** within 4 weeks → main driver: Mailing for existing customers with attractive upselling option
2. **21% average rate of annual subscription** on the paywall template
3. **low cancellation rate** after price increase
4. Churn reason “ad placement” is reduced by 13%p

FUNKE Digital

Project 2

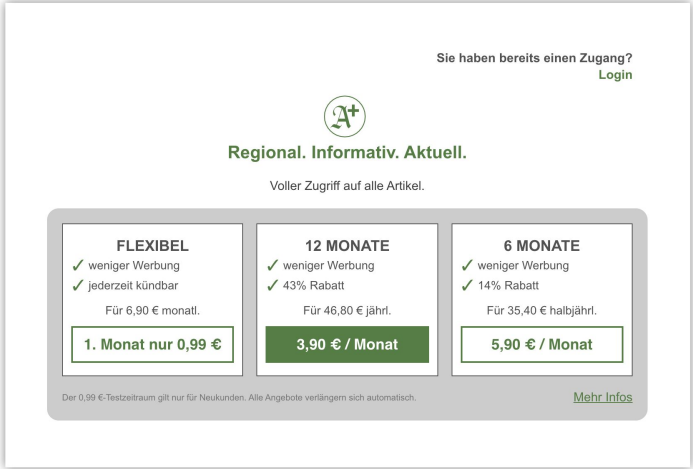
Test: Pricing for monthly subscriptions

Test: Pricing monthly subscription

Understanding that at least **90% of our subscribers want to go monthly**, we tried to increase our subscriber base by making the monthly more attractive.

As a consequence our other paywall products had to become cheaper too.

-> This experiment is a benefit for all targeting groups!



	monthly	annual	Half year
baseline	9,90 €	6,90 €	8,90 €
V2	6,90 €	3,90 €	5,90 €

FUNKE Digital

Results

	Monthly subscription	Annual subscription	Share annual	Subscriptions total	CR	CLV12 monthly	RevenueCL V12/Paywall view	Retention monthly Trial --> regular
baseline	234	21	8,11%	259	0,0154%	20,34€	0,00366 €	54,51%
V2	310	59	15,95%	370	0,0214%	15,19€	0,00400 €	59,26%
Uplift	**32,48%**	**180,95%**	**96,67%**	**32,62%**	**38,97%**	**-25,32%**	**15,87%**	**8,71%**

A pure winner:

We are selling more, earning more and keeping more readers in our subscriber base!

FUNKE Digital

Next steps

BUT…

What if some users would actually pay a higher price and be happy with that?

-> We will **retest the setup** for our **highly engaged users via Piano C1X LikelihoodToSubscribe** segments

Next steps

AND THEN…

What if some of our low price subscribers can deal with a raise in price?

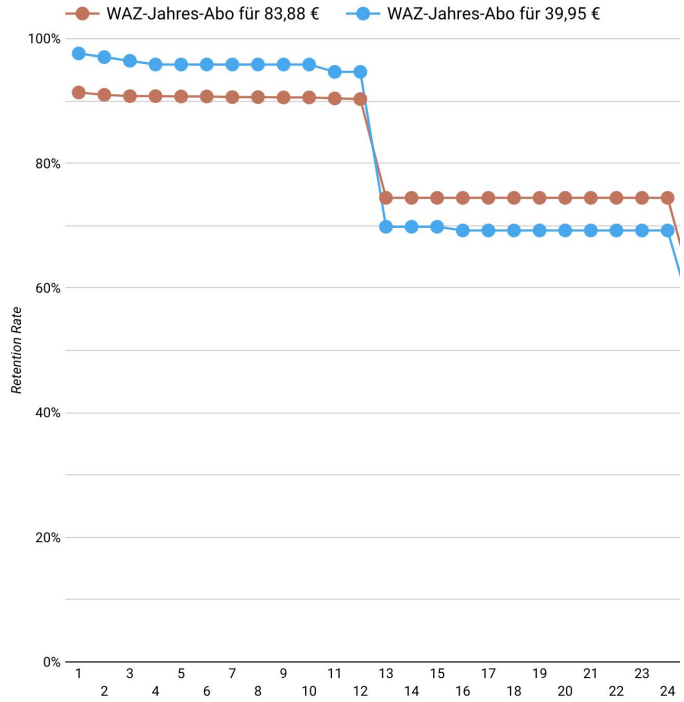
-> We are currently working on how to **define and pick** them in our database so we can **test churn rates on price increases**

-> We are also figuring out how to make this work as an automated process

What we know...

We have seen a **great retention rate of almost 75%** from the first trial year (39,95 € for the first year) to the regular priced second year (83,88 €)

-> We wanna keep exploring lifting prices!



What we learned from the test

1. Cheaper overall prices increase sales, CR and retention
2. You might even sell so many cheaper subscriptions that you end up earning more revenue
3. Find out who is willing to pay higher prices
4. Uplift the prices for the cheaper subscriptions for the right user segments

Contact us, if you have any questions!

KIRA REIBE
Head of PMO & Subscription
kira.reibe@funkemedien.de

SARAH BARTH
Senior Conversion Manager
sarah.barth@funkemedien.de