

funstage

– APPLAUSE CASE STUDY –

“ WÄHREND DER TESTPHASE KONNTEN WIR DIE KAPITALRENDITE FÜR NEUE NUTZER VON ETWA 60 % INNERHALB DER ERSTEN SECHS MONATE AUF ETWA 100 % STEIGERN.”

BERND EIBL, DIRECTOR BRAND MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE

UNTERNEHMEN

Funstage ist ein Multiplattform-Gaming-Anbieter, der Millionen von Spielern auf der ganzen Welt Social-Casino-Spiele anbietet. Das Unternehmen ist besonders für digitale Spielautomaten sowie fesselnde In-Game-Inhalte, die das Kern-Gameplay unterstützen, bekannt. Als einer der größten Provider in Europa bietet Funstage über 20 Spiele-Apps und Websites in 20+ Sprachen an, die alle von drei Projektteams erstellt werden.

HERAUSFORDERUNG

Der Markt für Social-Gaming ist sehr innovationsgetrieben. Gerade bei Slots, der Kern des Social-Casinos, gibt es kontinuierliche Innovation und es kommen immer neue Spielkonzepte auf dem Markt. Auch im Metalayer gibt es eine sehr starke Verdrängung, denn die großen Player fügen ihren Produkten mit jedem Software-Update immer weiter Features hinzu.

Bei so vielen Anbietern auf dem Markt muss man sich mit dem Feature-Offering von der Konkurrenz abheben — vor allem wenn man kein großes Marketing-Budget hat. Das ist natürlich eine Herausforderung, da sich die Konkurrenz oftmals auf nur zwei oder drei Kernprodukte beschränkt, auf denen der gesamte Entwicklungsaufwand aufbaut. Als New-Kid-On-The-Block in eine neue Kategorie reinzukommen, ist daher sehr schwierig.

Darüber hinaus ist innovativer zu werden immer mit einem gewissen Risiko verbunden. Man muss wissen, ob dem User neue Features überhaupt

COMPANY

Funstage

BRANCHE

Gaming

TEST-TYPEN

UX

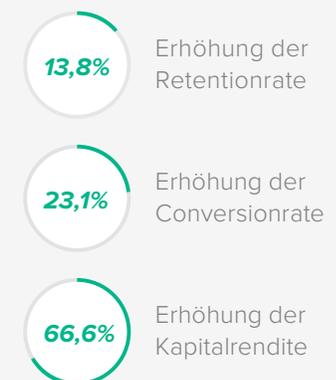
ANWENDUNGEN

Mobile | Web

HERAUSFORDERUNGEN

- Innovativ bleiben, ohne neue Produkte und Features auf den Markt zu bringen, die dem Kunden nicht interessieren
- Über die globale Märkte hinweg testen und den Erfolg der Produkte in allen Ländern sichern
- Änderung und Korrektur von Funktionen nach dem Launch minimieren

ERGEBNISSE



gefallen und schnell analysieren, welche funktionieren und was der Konsument annimmt. Dies herauszufinden war mit den quantitativen App-Umfragen, auf die Funstage früher angewiesen war, schwierig. Auch mit einer Teilnahmequote an den Umfragen bis zu 70-80% konnte Funstage mit offenen Fragen nur eine grobe Vorstellung der Kundenproblemen erhalten.

Ebenso muss Funstage über Märkten hinweg testen, da ihre Produkte in verschiedenen Ländern verfügbar sind. In der Vergangenheit hat Funstage mit ausgewählten Usern ihre Prototypen onsite testen lassen. Allerdings waren sie dabei auf das Einzugsgebiet ihrer Büros angewiesen und konnten dadurch keinen ausgewogenen Userstamm abbilden. Remote Testing über kulturellen und geographische Grenzen hinweg ist etwas, was sie selber schlecht replizieren konnten.

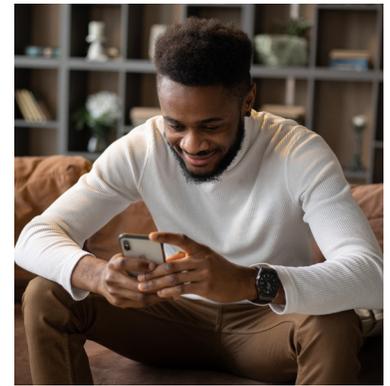
LÖSUNG

Funstage arbeitet mit Applause zusammen, um ihre Produkte mit echten Usern auf der ganzen Welt testen zu lassen und UX-Feedback zu sammeln. Funstage bekommt detaillierte Dokumentation geliefert, indem sie durch User-Videos und schriftliche Analyse des Applause UX-Experten genau sehen können, wo die User verloren gehen oder auf Problemen stoßen — immer mit zusätzlich umsetzbaren Handlungsempfehlungen. Anstatt Tausende von Antworten aus Umfragen zu sortieren, kann Funstage durch die Hilfe des Applause UX-Experten Nutzerfeedback filtern und priorisieren.

In einem Beispiel hatte Funstage durch das Feedback von Applause entdeckt, warum bei einem neuen Feature-Release User immer wieder das Spielen nach einem gewissen Punkt abgebrochen haben. Das Problem war einfach: Im Spielfluss standen unterschiedliche “Zurück” oder “Schließen” Buttons und die User dachten, dass sie nicht zurück gehen konnten — was in dem Fall wichtig für den Spielverlauf war. Für Funstage war das eine gewisse “System-Blindheit”: Wenn man sich jeden Tag mit einem Produkt auseinandersetzt, ist man daran gewöhnt und setzt voraus, dass der User bestimmte Information versteht.

Da sie vorher hauptsächlich mit quantitativen Daten gearbeitet haben, konnte Funstage zwar sehen, wenn etwas in einem Spielfluss schief lief, konnten aber nicht feststellen was genau. Bei einem anderen Beispiel hatten manche User schon vor Beginn des Spiels abgebrochen. Auf der Applause-Plattform war der Grund klar zu sehen: Viele Rückmeldungen von Testern haben die abgebrochene Nutzung von Funktionen aufgrund von Ladeschwierigkeiten gemeldet. Solche Probleme zu finden, wäre für Funstage sehr schwierig und zeitaufwändig gewesen.

Anstatt nach Produktupdates nach User-Feedback zu fragen, kann Funstage als Teil der Roadmap-Entwicklung schnell und effektiv potenzielle Schwachstellen in den geplanten Produkten identifizieren, sowie Design-



“APPLAUSE VERFÜGT ÜBER EIN GROSSES WISSEN IM UI / UX-BEREICH.”

BERND EIBL, DIRECTOR BRAND MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE

und Funktionskomponenten rechtzeitig ändern. So können sie auch Entwicklungszyklen, die zur Änderung und Korrektur von Funktionen nach der Einführung erforderlich sind, minimieren. Damit vermeidet Funstage es, mögliche Fehler in den Entwicklungsphasen zu übersehen und kostbare Zeit zu verlieren.

ERGEBNISSE

Indem Funstage auf die in den Tests aufgezeigten Probleme reagierte, konnten sie innerhalb von 30 Tagen ihre Retention- von 11,6 % auf 13,2 % und ihre Conversion-Statistiken von 1,3% auf 1,6% erhöhen. Dies hat zu einer direkten Erhöhung der Rendite auf die Akquisitionskosten geführt. In den Test- und anschließenden Produktverbesserungsphasen konnte Funstage die Kapitalrendite für neue Nutzer von etwa 60 % innerhalb der ersten sechs Monate auf der Plattform auf etwa 100 % steigern.

Ebenso hat Funstage als Folge der Applause-Empfehlungen fast 70 % der User-Onboarding-Prozesse verändert. Bei dem Launch eines neuen Features war die Komplexität des Onboardings und die Erläuterung des neuen Features für Funstage schwer zu bewältigen. Die Tests mit Applause haben geholfen, alle Kernprobleme im Prozessablauf aufzudecken und die Entwicklung zu beschleunigen.

Funstage legt jetzt mehr Wert darauf, wie der User ihre Produkte sieht. Das Team kommt weg vom Denken, wie etwas zahlenmäßig optimal in ihrem System ist und sich stattdessen mehr zu hinterfragen, wie der User ein Feature annehmen wird. Anstatt einer sehr mathematischen, technischen Perspektive, wie Features funktionieren sollten, denkt Funstage mehr in einer Kundenperspektive: Wie gestalten wir das Feature, damit der User sich abgeholt fühlt und Interesse daran zeigt?

In der Zukunft möchte Funstage das Applause-Feedback bereits in früheren Phasen des Entwicklungsprozesses berücksichtigen, um die Markteinführung zu beschleunigen und die Notwendigkeit von Änderungen nach der Markteinführung zu verringern.

ÜBER APPLAUSE

Applause ist Weltmarktführer für Testing und digitale Qualitätssicherung. Unternehmen gewinnen oder verlieren heutzutage Kunden über ihre digitalen Erlebnisse. Nur Applause bietet seinen Kunden authentisches Feedback zur Qualität ihrer digitalen Assets und, das von echten Nutzern in realen Umgebungen stammt. Der Ansatz von Applause macht sich die Leistungsfähigkeit der eigenen Plattform zunutze und verfügt über eine geprüfte Community von mehr als einer Million digitaler Experten weltweit. Im Gegensatz zu herkömmlichen Testmethoden (einschließlich Labortests und Offshoring) bietet Applause die Geschwindigkeit, den Umfang und die Flexibilität, die digital ausgerichtete Marken benötigen und erwarten. Applause liefert aufschlussreiche und umsetzbare Testergebnisse, die direkt in die Entscheidung "Go/No Go" einfließen und den Entwicklungsteams helfen, besser und schneller zu entwickeln und mit Überzeugung zu veröffentlichen. Tausende von Digital-First-Marken - darunter Google, PayPal, Axel Springer und Volkswagen - vertrauen auf Applause als Best Practice, um die digitalen Erlebnisse zu liefern, die ihre Kunden lieben.

Erfahre mehr unter www.applause.com

**“ MIT APPLAUSE
KÖNNEN WIR UNSERE
TESTZIELE UND
-PROBLEME KLAR
KOMMUNIZIEREN
UND DIE ERSTELLUNG
UND EINRICHTUNG
DER TESTS ERFOLGT
SCHNELL UND
UNKOMPLIZIERT.”**

BERND EIBL, DIRECTOR BRAND
MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE