

## FCM

Fusion Cloud Markteinführung

<b>Programm / Ausschreibung</b>	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 2. Ausschreibung	<b>Status</b>	abgeschlossen
<b>Projektstart</b>	10.10.2016	<b>Projektende</b>	09.10.2018
<b>Zeitraum</b>	2016 - 2018	<b>Projektlaufzeit</b>	25 Monate
<b>Keywords</b>	Unterstützungsdienste für KMU;Software as a Service		

### Projektbeschreibung

Fusion ist eine Intranet-Software, die von Fusonic seit drei Jahren entwickelt wird, wobei die Basis für Fusion bereits 2012 entstanden ist. Ausgelegt ist Fusion auf die Wünsche und Bedürfnisse kleiner bis mittelgroßer digitaler Kommunikationsdienstleister. 2015 wurde damit begonnen, die Software samt all ihren Funktionen in ein cloudbasiertes System zu transferieren. Das Produkt ist mittlerweile praxistauglich und wird von ersten Pilotkunden verwendet. Neben der Finalisierung technischer Optimierungen wird die Markteinführung in vier große Teilbereiche unterteilt:

#### NEUGESTALTUNG GUI & WEITERENTWICKLUNG

Die Neugestaltung des Userinterface und die daraus resultierende Weiterentwicklung sind wichtige Voraussetzungen für den nachhaltigen Erfolg des Produkts. Da die Software in der minimalsten Version kostenlos zur Verfügung gestellt wird, muss diese die Überzeugungsarbeit für das Upgrade zu einem Bezahl-Abo leisten, und dafür sind exzellente User Experience und sichtbare modernste Technologie essenziell. Mit der Neugestaltung von Fusion wird also nicht nur die Nutzung vereinfacht, es werden auch zusätzliche Funktionen implementiert.

#### BESUCHER GENERIEREN (GET VISITORS)

Bei der Besuchergenerierung geht es darum, die Bekanntheit der Software zu steigern. Durch gezielte Marketingaktivitäten soll die potenzielle Zielgruppe auf das Produkt aufmerksam gemacht werden. Dazu kommen neben Content Marketing auch bezahlte Online-Marketingmaßnahmen wie AdWords und Social Media-Werbung zum Einsatz.

#### MITGLIEDER AKTIVIEREN (ACTIVATE MEMBERS)

Gewonnene Besucher gilt es zu Mitgliedern zu machen. Sie sollen ermutigt werden, Fusion zu testen und vor allem Mitarbeiter & Teammitglieder einzuladen. Neben der Schaffung und Optimierung von neuen sowie bestehenden Features und Funktionen wie der Ermöglichung von Gastzugängen kommen dabei gezielte Wachstumsmaßnahmen wie Empfehlungsmarketing und Sonder-Aktionen zum Einsatz.

## NUTZER GENERIEREN (RETAIN USERS)

Um aus angemeldeten Mitgliedern Nutzer zu machen, die Fusion auf täglicher Basis verwenden, ist die Neugestaltung des UI eine der wichtigsten Maßnahmen, da dadurch der Einstieg und die Nutzung der Software immens vereinfacht werden. Zusätzlich werden Testnutzer mit Follow-ups und Feature-Tipps zur vertieften Nutzung ermutigt.

Ziel dieser vier eng miteinander verwobenen Maßnahmenbereiche ist es, Fusion als Kommunikations- und Kollaborationsplattform zu etablieren und die Zielgruppe von der Nutzung zu überzeugen.

### **Abstract**

Fusion is an intranet software Fusonic has been developing for three years now. The basis for Fusion was created as early as 2012. Fusion is created to meet the wishes and requirement of small and medium-sized digital communications service providers. In 2015, Fusonic started transferring the software including all its functions to a cloud-based system. The software is fit to use in practice by now and is already being used by some first pilot customers. Apart from finalizing technical optimizations, the market launch is divided into four large sections:

## NEW GUI DESIGN & FURTHER DEVELOPMENT

Re-designing the user interface and the development resulting therefrom are important prerequisites for the product's lasting success. As the software in its minimal version is available free of charge, this basic version has to persuade users to upgrade to a paid subscription. To reach this aim, an excellent user experience and visible state of the art technology are crucial. By re-designing Fusion, we therefore not only make using Fusion easier, but we also implement additional features.

## GET VISITORS

Generating visitors aims at making the software more widely known. Focused marketing efforts are used to call the target group's attention to the product. Apart from these activities, we use content marketing and also paid online marketing measures like AdWords and social media advertisements.

## ACTIVATE MEMBERS

After we have won visitors, we have to make them members. We want to encourage our visitors to test Fusion and, above all, to invite their employees and team members. Apart from creating and optimizing new and existing features and functions such as a guest access function, we use targeted growth measures such as referral marketing and special offers.

## RETAIN USERS

In order to turn registered members into users that work with Fusion on a daily basis, re-designing the UI is one of the most important measures, as it hugely facilitates accessing and using the software. In addition, test users are encouraged with follow-ups and feature tips to use Fusion more intensely.

The aim of these closely interwoven sections of activity is to establish Fusion as a communication and collaboration platform and convince the target group to use it.

### **Projektpartner**

- Fusonic GmbH