



Fokus Media keskittyy sisältöihin

Fokus Media Finland hallitsee aikakauslehdet ja sisältömarkkinoinnin. Se voi keskittyä media-alan myllerryksen keskellä ydinliiketoimintaansa, koska Arvato hoitaa laskutuksen, reskontran ja perinnän joustavasti ja ratkaisukeskeisesti, kertoo toimitusjohtaja Tapani Pitzen.

↓ 01 Oma tarina

– Minulla on pitkä tausta toimittajana. Aloitin 1980-luvulla Kalevassa. Vuosien varrella olen ollut Uudessa Suomessa, Ilta-Sanomissa, perustamassa Taloussanomias ja Nelosen talousuutisissa. Vuodesta 2006 vedin Sanomien toimittajakoulua eli Sanoma-akatemiaa. Kun Sanoma-konserni päätti ottaa digiloikan, oli sopiva aika miettiä omaa tulevaisuutta.

↓ 02 Fokus Media

– Viisi vuotta sitten päätimme kollegani Markku Hurmerannan kanssa ostaa aikakauslehtibrändejä Sanomilta ja perustaa Fokus Median. Uskoimme vahvasti siihen, että erikoisaikakauslehtien elinkaari kantaa pidemmälle tulevaisuuteen kuin sanomalehtien. Alussa meillä oli neljä tilattavaa aikakauslehteä, nyt niitä on 12.

– Tarjoamme myös sisältömarkkinoinnin palveluja niin suomalaisille kuin kansainvälisille yrityksille. Teemme esimerkiksi yli kymmentä asiakaslehteä. Aikakauslehdissä ja sisältömarkkinoinnissa on selkeää synergiaa. Molemmissa tarvitaan samat taustajärjestelmät ja journalistista osaamista.

↓ 03 Mediamurros

– Aikakauslehtien tulevaisuus on sumun peitossa, eikä selvää suuntaa näy. Vielä ei ole löytynyt luontevaa tapaa ansaita digitaalisella sisällöllä, ja vahvin kassavirta tulee edelleen printistä. Meillä on vahva paikallinen lehtitilaukuskulttuuri, mikä johtuu osin siitä, että olemme pieni kielialue.

– Sosiaalinen media muutti pelin kymmenen vuotta sitten. Sen jälkeen ei ole tullut paljon uutta, elämme eräänlaista hienosäätövaihetta. Mediat sekoittuvat eri kanavissa, eikä kuluttajalle ole netissä merkitystä, onko kyseessä sanomalehti vai aikakauslehti.

– Brändin merkitys on korostunut. Kuluttajakäyttäytyminen on muuttunut niin, että ihmiset seuraavat verkossa tiettyjä mediabrändejä. Uutisia seurataan myös somen kautta, siellä kaverit jakavat sisältöjä.

– Kaiken tämän keskellä printin rooli on muuttunut. Perinteisten lehtien levikit laskevat, toiset hitaammin, jotkut eivät ollenkaan. Vanhemmat sukupolvet suosivat printtiä, mutta myös nuoret kokevat siinä olevan etuja. Esimerkiksi oppimateriaaleissa printti tarjoaa parempia oppimistuloksia.

FOKUS MEDIA

Fokus Media Finland Oy

- Perustettu vuonna 2014
- Ketterä ja yrittäjähenkinen mediatalo
- Kustantaa aikakaus- ja asiakaslehtiä sekä tuottaa sisältömarkkinoinnin palveluja
- Julkaisukanavat: printti, verkko ja sosiaalinen media
- Julkaisee kahtatoista erikoisaikakauslehteä
- Työllistää yli 70 henkilöä ja laajan verkoston freelance-avustajia
- Toimitilat sijaitsevat Arabianrannassa, Helsingissä



↓ 04 Kiinnostavuus

- Jokaisen aikakauslehtibrändin pitää miettiä, mikä sen lukijoita kiinnostaa. Ei ole olemassa yleispäteviä sääntöjä kiinnostavalle sisällölle. Esimerkiksi V8 on amerikanrautojen harrastajien lehti, jolla on aktiivinen verkkopalvelu. Autoharrastuksen aluksi etsitään osia ja neuvoja verkosta. Kun projekti on valmis, lopputulosta halutaan esitellä muille. Siksi lehden pitkä tarinat ovat arvostettuja.
- Aikakauslehden ideana on se, että tekijät luovat sekoituksen, joka vetoaa lukijoihin. Sen pitää yllättää. Brändin täytyy miettiä tarkkaan, mitä se voi tarjota kuluttajille. Yhtälössä on paljon muuttujia, koska kuluttajakäyttäytyminen on muutostilassa.

↓ 05 Maksaminen

- Perinteinen paperilasku on edelleen suosituin maksutapa. Osa paperilaskun käyttäjistä tilaa nettipankista sähköisen laskun. Nettitilaukset maksetaan usein verkossa. Tällöin maksutapa on sähköpostilasku, luottokortti, nettipankki tai Paypalin kaltainen verkkomaksupalvelu.
- Lehtien kestotilaaajat ovat tyypillisesti vanhempaa väkeä. Nuoremmat ottavat tarjouksia sieltä, mistä saavat. He tilaavat netissä ja maksavat siellä. Nettitilauksien paperilaskumahdollisuutta on vähennetty, koska se johtaa herkästi maksamattomuuteen.

↓ 06 Kumppanuus

- Olemme tyytyväisiä yhteistyöhön Arvaton kanssa: arki on sujuvaa. Arvato on joustava ja ratkaisukeskeinen kumppani. Jos vastaan tulee ongelmia, niihin etsitään aina ratkaisu. Arvato hoitaa kuluttajalaskutuksen, reskontran ja perinnän. Lisäksi Arvato ostaa meiltä myyntisaatavia.
- Siitä on valtavasti etua, että ulkoistuskumppanilla on kokemusta vastaavista ratkaisusta samalta toimialalta. Arvaton toiminta oli alusta lähtien vakuuttavaa. Media-ala oli tuttu Bertelsmann-taustan ansiosta, he olivat ennenkin käsitelleet lehtitilauksia.
- Alusta lähtien Arvaton asenteesta huokui päättäväisyys: kaikki vastaan tulevat asiat ratkaistaan. Kumppanin vaihtamiskynnys on ylipäättään suuri, mutta Arvato onnistui hyvin perustelemaan edut. Luvatut edut on myös toimitettu.
- Käyttöönottovaihe sujui hyvin. Meillä oli vajaa puoli vuotta rinnakkain vanha järjestelmä käytössä vanhojen suoritusten takia. Arvatolla oli selvästi kokemusta siitä, miten yliheitto tehdään.

↓ 07 Arvato



– Meillä on toimialaosaamista ja lukkarinrakkautta media-alaa kohtaan. Arvato on osa saksalaista Bertelsmannia, joka on maailman suurimpia mediakonserneja. Siksi on hienoa, että voimme order to cash -palveluiden asiantuntijana yksinkertaistaa ja helpottaa Fokus Median arkea mediamurroksen keskellä. Yhteistyö on luontevaa ja sujuvaa, koska molemmat yhtiöt näkevät pitkäaikaisen kumppanuuden hyödyt samoin, sanoo *Arvato Financial Solutionsin Sales Manager Kimmo Lukkarila*.



“Arvato on joustava ja ratkaisukeskeinen kumppani. Jos vastaan tulee ongelmia, niihin etsitään aina ratkaisu”

Tapani Pitzen
toimitusjohtaja,
Fokus Media Finland Oy

Kiinnostuitko? Ota yhteyttä

Arvato Financial Solutions | Sanna Haimila, Director, Sales and Marketing
Tel: +358 40 554 5165 | sanna.haimila@arvato.com | arvato.fi

Arvato Financial Solutions – Your backbone for growth.