



ASIAKASYMMÄRRYS MARKKINOINNISSA

IAB Smart Marketing - Tunnetko asiakkaasi?

20.10.2020, 9:00-11:30 , Webinaari

Timo Arvonen

Veikkaus

VEIKKAUS



HYVÄÄ HUOMENTA!

ESITYKSEN SISÄLTÖ

- Veikkaus-esittely ja www.veikkaus.fi
- Periaatteita tiedon ja tekoälyn käyttöön
- Markkinoinnin tiukka raami
- Caseja asiakasymmärryksestä, datasta ja koneoppimisesta
- Yhteenveto

VEIKKAUS-ESITTELY



YHTEISEEN HYVÄÄN 

Henkilöstöä noin 
1700

Myyntipaikkoja 
yli
6500

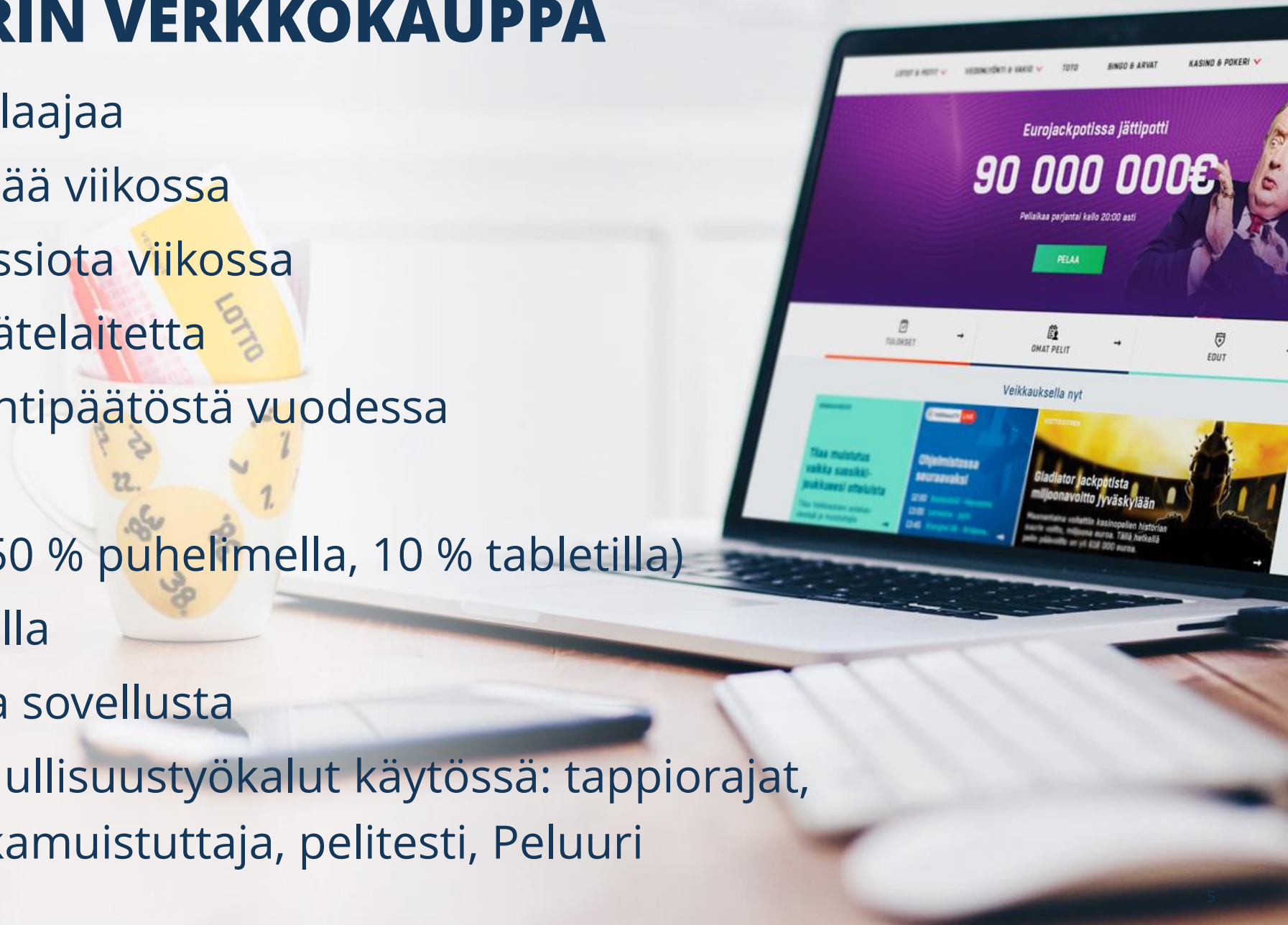
 yli 
2 miljoonaa
ETUASIAKASTA

 PELAA
MALTILLA

VEIKKAUS.FI

SUOMEN SUURIN VERKKOKAUPPA

- n. 700 000 viikkopelaajaa
- n. 2 miljoonaa kävijää viikossa
- n. 5,5 miljoonaa sessiota viikossa
- Yli 6000 tuettua päätelaitetta
- + miljardi personointipäätöstä vuodessa
- Kävijöistä
 - 60% mobiilisti (50 % puhelimella, 10 % tabletilla)
 - 40 % tietokoneella
- Yli 800 000 ladattua sovellusta
- Todella järeät vastuullisuustyökalut käytössä: tappiorajat, rahansiirtorajat, aikamuistuttaja, pelitesti, Peluuri



PERIAATTEITA TIEDON JA TEKOÄLYN KÄYTTÖÖN

- Eettiset periaatteet määrittävät Veikkauksen tavan toimia
- **Läpinäkyvyys:** kerromme avoimesti ja selkeästi kuinka hyödynnämme tietoa ja tekoälyä
- **Yksityisyys:** kunnioitamme asiakkaan itsemääräämisoikeutta ja varmistamme tekoälyn käyttämissä tiedossa yksilöiden yksityisyyden suojan
- **Vastuullisuus:** henkilötietojen käsittelyn prosessit ja tekniset ratkaisut noudattavat tietosuojan periaatteita. Jokaiselle algoritmille on nimetty vastuullinen henkilöomistaja
- **Asiakaskeskeisyys:** käytämme tietoa ja tekoälyä asiakkaidemme hyödyksi. Pyrimme tarjoamaan tekoälyn avulla asiakkaalle parempaa asiakaskokemusta sekä mahdollisuuden vastuulliseen pelaamiseen.
- Käytössä on sekä koneoppivia malleja että sääntöpohjaisia tekoälyn ratkaisuja
- Tekoälyn hyödyntämiskohteita Veikkauksella mm. veikkaus.fi:ssä, vedonlyönnin kertoimenlaskentaprosessissa ja asiakaspalvelun Chatbotissa

MARKKINOINNIN TIUKKA RAAMI

- Veikkauksen markkinoinnille on paljon ohjeistuksia ja valvontaa normaalin kuluttajasuojan ja eettisten markkinointiohjeistusten lisäksi, mm. Arpajaislaki ja Poliisihallituksen rahapelien markkinointia koskevat linjaukset
- Veikkaus (ja vain Veikkaus) saa markkinoida vihreitä pelejä, yhtiötä ja asiakkuutta
- Markkinointi on perusteltua vain kun se tehdään maltillisesti ja sitä tehdään kanavointitarkoituksessa, ts. kanavoiden kysyntää pois ulkomaisilta yhtiöiltä tai vihreisiin peleihin. Markkinointi voi myös edistää Veikkauksen vastuullisuustehtävää ohjaten tunnistautuneeseen pelaamiseen
- Punaisista peleistä ja omista pelipaikoista ja niiden tapahtumista voidaan antaa vain pelikohdeinformaatiota (pois lukien erityisten pelisalien sisällä).
- Veikkauksen markkinointi ei arkipäiväistä eikä ihannoï rahapelaamista, eikä esitä rahapelaamista ratkaisuna ongelmiin
- Tämän hetken markkinointiohjeessa on 39 sivua
- tavoite yhtiönä on olla vastuullisen rahapelaamisen suunnan näyttäjä



CASEJA

HYVÄ ASIAKASKOKEMUS KAKSIOSAISILLA VIESTINNÄLLÄ: TEASER + MUISTUTUS

- Asiakkaille lähetettiin tietoa uudesta asiakasedusta kahdessa vaiheessa: teaser ennen edun avautumista ja muistutus kun etu oli lunastettavissa
- Teaserin avaukset 2,1-kertaiset ja klikit 2,7-kertaiset vs manuaaliset emailit
- Muistutuksen avaukset 1,7-kertaiset ja klikit 9,7-kertaiset vs manuaaliset emailit
- Hyvä asiakaskokemus
- Tarkka datan käyttö

The image displays three email newsletters from Veikkaus, illustrating a two-stage communication strategy. The first newsletter, titled 'Uusi arvonta tulossa: Vip-liput Sipe Santapukin Ukkonen-konserttiin', features a photo of Sipe Santapukin and a green 'Lue lisää' button. The second newsletter, titled 'Arvonta: Vip-liput Sipe Santapukin Ukkonen-konserttiin', provides details about the concert and includes a 'Lue lisää' button. The third newsletter, titled 'Uusi etu tulossa: Kaksi yhden hinnalla We Will Rock You -musikaaliin', features a photo of the musical cast and a green 'Lue lisää' button. Each newsletter has a header with the Veikkaus logo and the text 'ETUASIAKAS OMA VEIKKAUS'.

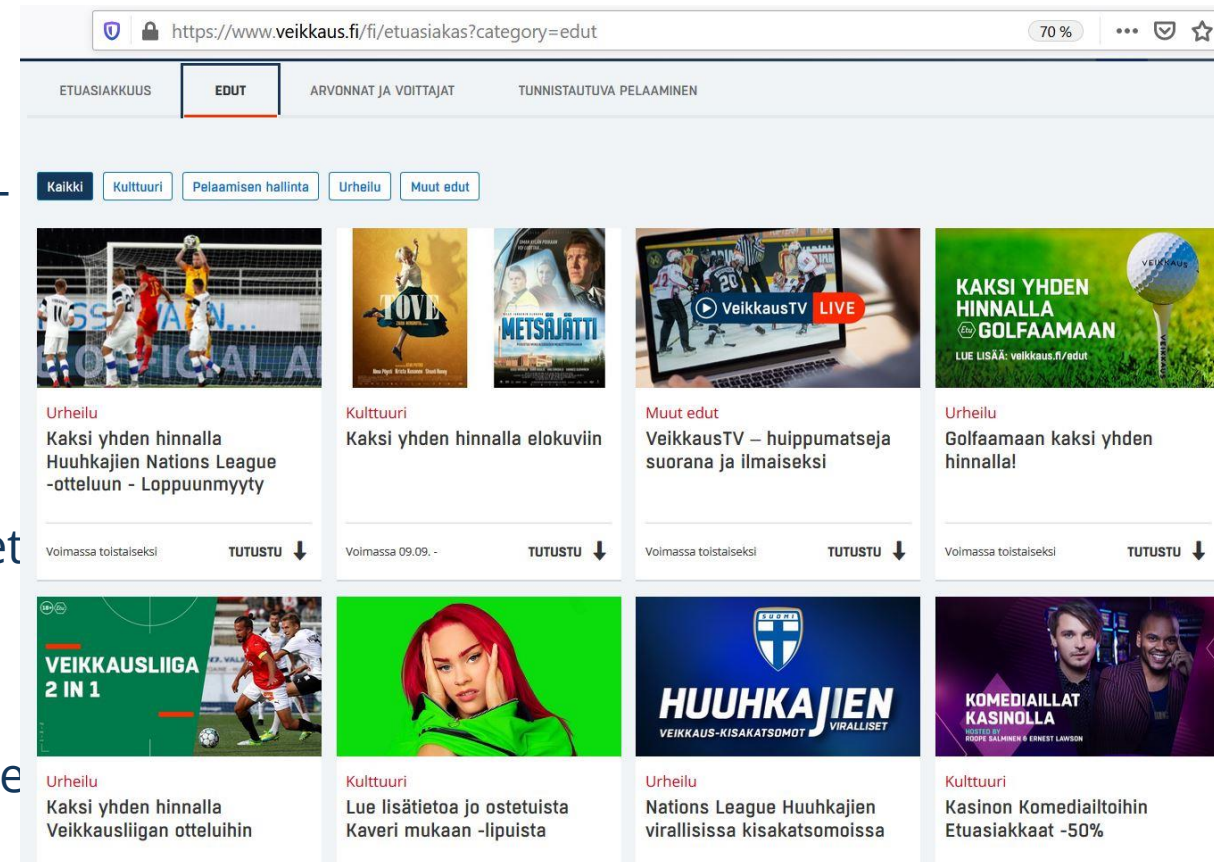
PELINESTON ASETTANEET ASIAKKAAT POIS MARKKINOINNIN KOHDERYHMISTÄ

- Asiakas voi asettaa itselleen peli- tai peliryhmäkohtaisen pelineston haluamalleen ajalle, enintään vuodeksi
- Tieto tästä päivittyy tietovarastoon
- Joka aamu tieto päivitetään digimarkkinoinnin ja asiakkuusviestinnän käyttöön:
 - Kaikista display-kampanjoista poistetaan ko. asiakkaat
 - Kaikista asiakkuusviestinnän kohderyhmistä poistetaan ko. asiakkaat
- Datat päivitys ja ajankohtaisuus ensiarvoisen tärkeitä



KONEOPPIMINEN OHJAA MITÄ ASIAKKAALLE NÄYTETÄÄN SEURAAVAKSI

- Asiakasetujen sivu:
www.veikkaus.fi/fi/etuasiakas?category=edut
- Taustalla oppiva algoritmi, joka järjestää etuasiakas-sivun edut niin, että asiakasta kiinnostavin sisältö löytyy etulistan yläpäästä
- Esim. jos joku etu on suosittu tietyn paikkakunnan asiakkaiden keskuudessa ja he kuuluvat samaan demografiseen ryhmään ja heillä on samantyyppiset pelaamismieltymykset, niin etu nousee ylös.
- Malli oppii koko ajan.
- Asiakas löytää helposti häntä kiinnostavan ja hänelle sopivan edun -> asiakaskokemus parantuu



ASIAKASYMMÄRRYS DIGIMARKKINOINNISSA: KOHDENTAMALLA ASIAKASTA PAREMMIN PALVELEVAA SISÄLTÖÄ

- Digimarkkinoinnin sisältöjä kohdennetaan erilaisille asiakassegmenteille eri tavoittein
- Lähtökohtana tunnistaa erilaiset asiakastyypit → tarjotaan erilaisille asiakassegmenteille relevanttia sisältöä
- Kampanjoiden tavoitteet asetetaan tavoiteltavan yleisön sekä tuotteen / palvelun mukaan → esim. uuden pottipelin lanseeraus laajalle yleisölle vrt. ravilähdön muistutuskampanja huomattavasti rajatummalle, raveista kiinnostuneelle yleisölle
- Uusia tunnistautuvia asiakkaita tavoitellaan mallinnuksilla hyödyntäen → oma data sekä datakumppanuus ulkopuolisen toimijan kanssa
- Nykyisille asiakkaille tarjotaan tuotteita ja palveluja asiakastyypin sekä sivustokäyttäjymisen mukaan



JATKUVAA ASIAKASKOKEMUKSEN MITTAAMISTA: CSAT

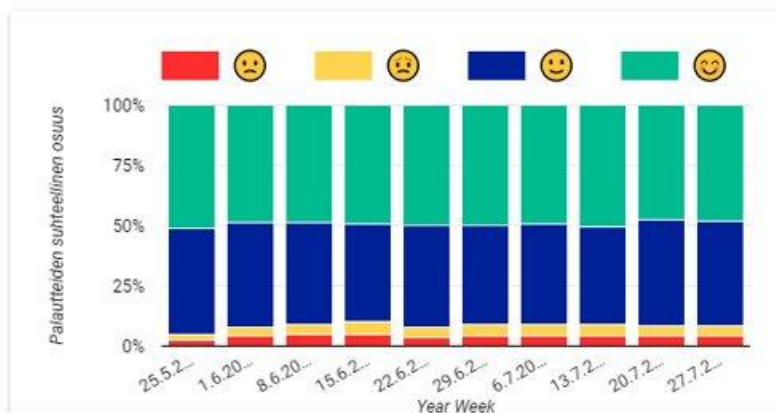


✓ Peli maksettu SULJE ✕

Pelitilitäsi on veloitettu 10,00 €.

NÄYTÄ KUITTI

Miten onnistuimme palvelemaan
sinua tänään?



Sivu	Palautemäärä ▾	👎	😞	😊	😄	Keskia...	
1	/fi/lotto	83 202	1 665	1 915	37 1...	42 5...	0,82
2	/fi/eurojackpot	68 013	1 539	1 486	28 6...	36 3...	0,82
3	/fi/keno	49 853	2 208	2 024	20 7...	24 9...	0,79
4	/fi/vikinglotto	20 266	457	467	8 871	10 4...	0,82
5	/fi/pelisali	20 174	4 274	3 790	6 778	5 332	0,55
6	/fi/nettikasino	2 368	907	505	537	419	0,40
7	/fi/jokeri	1 894	37	50	839	968	0,82
Kokonaissumma		248 284	11 154	10 ...	104 ...	122 ...	0,79

1 - 14 / 14 < >

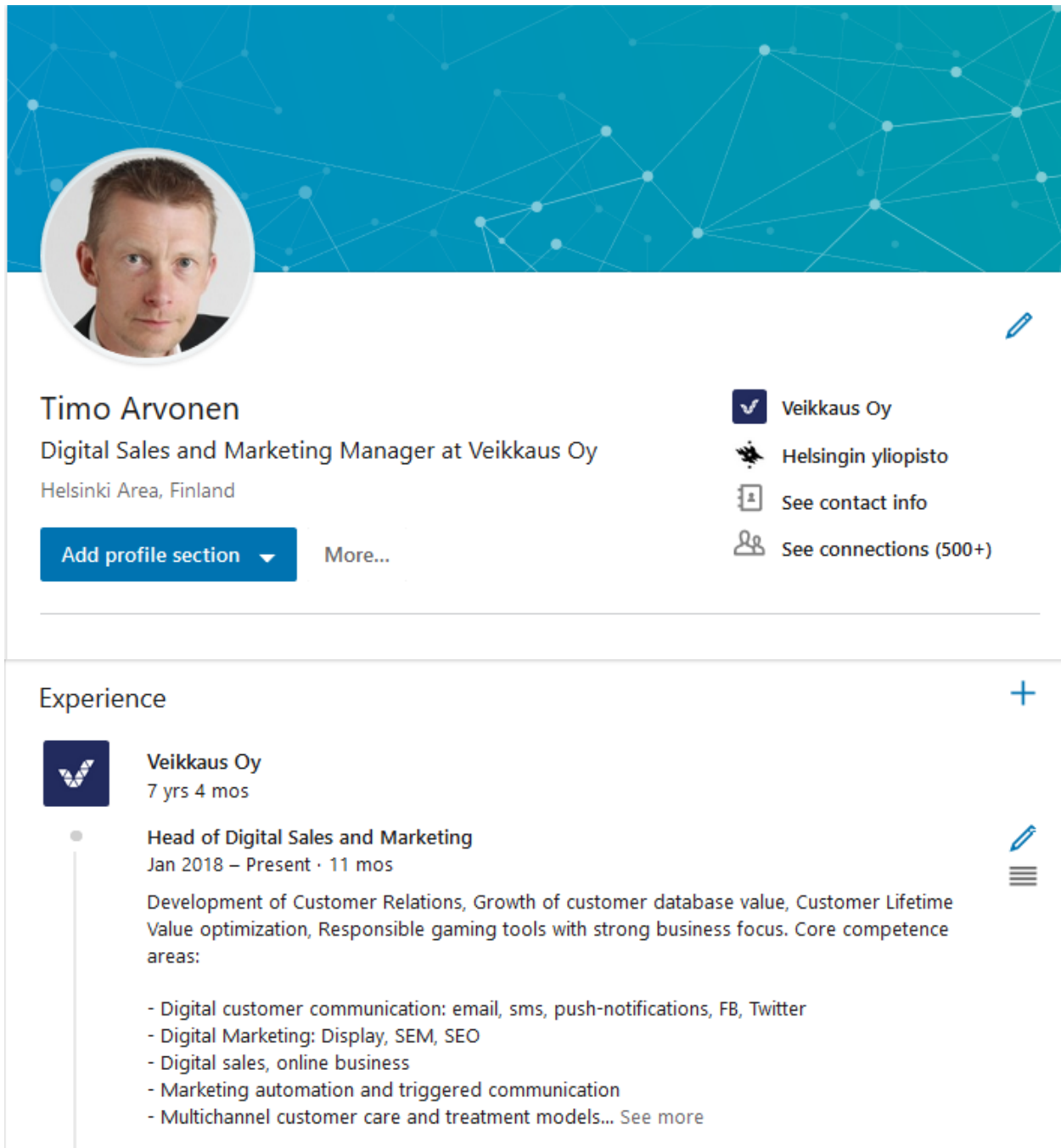
YHTEENVETO

- Datajampat ruhtinaan roolissa -> muista ylläri lahjalla tai joulupullalla
- Jatkuvaa asiakaskokemuksen mittaamista, ei vain isoa tutkimusta kerran vuodessa
- Koneoppiminen voittaa Excelin ja jopa sinut
- analytiikka on niin hauskaa, että siitä tulee välillä analystiikkaa

YHTEYSTIEDOT

timo.arvonen@veikkaus.fi

Twitter: @TimoArvonen



LinkedIn profile of Timo Arvonen. The profile features a circular profile picture of a man with short brown hair. The background of the header is a blue network diagram. The profile information section includes the name 'Timo Arvonen', the title 'Digital Sales and Marketing Manager at Veikkaus Oy', and the location 'Helsinki Area, Finland'. There are buttons for 'Add profile section' and 'More...'. To the right, there are icons and text for 'Veikkaus Oy' (verified), 'Helsingin yliopisto', 'See contact info', and 'See connections (500+)'. The 'Experience' section shows a job at 'Veikkaus Oy' from 'Jan 2018 – Present · 11 mos' as 'Head of Digital Sales and Marketing'. The description mentions 'Development of Customer Relations, Growth of customer database value, Customer Lifetime Value optimization, Responsible gaming tools with strong business focus. Core competence areas:' followed by a list of responsibilities: 'Digital customer communication: email, sms, push-notifications, FB, Twitter', 'Digital Marketing: Display, SEM, SEO', 'Digital sales, online business', 'Marketing automation and triggered communication', and 'Multichannel customer care and treatment models... See more'.

Timo Arvonen
Digital Sales and Marketing Manager at Veikkaus Oy
Helsinki Area, Finland

[Add profile section](#) [More...](#)

Veikkaus Oy
Helsingin yliopisto
See contact info
See connections (500+)

Experience

Veikkaus Oy
7 yrs 4 mos

Head of Digital Sales and Marketing
Jan 2018 – Present · 11 mos

Development of Customer Relations, Growth of customer database value, Customer Lifetime Value optimization, Responsible gaming tools with strong business focus. Core competence areas:

- Digital customer communication: email, sms, push-notifications, FB, Twitter
- Digital Marketing: Display, SEM, SEO
- Digital sales, online business
- Marketing automation and triggered communication
- Multichannel customer care and treatment models... See more

