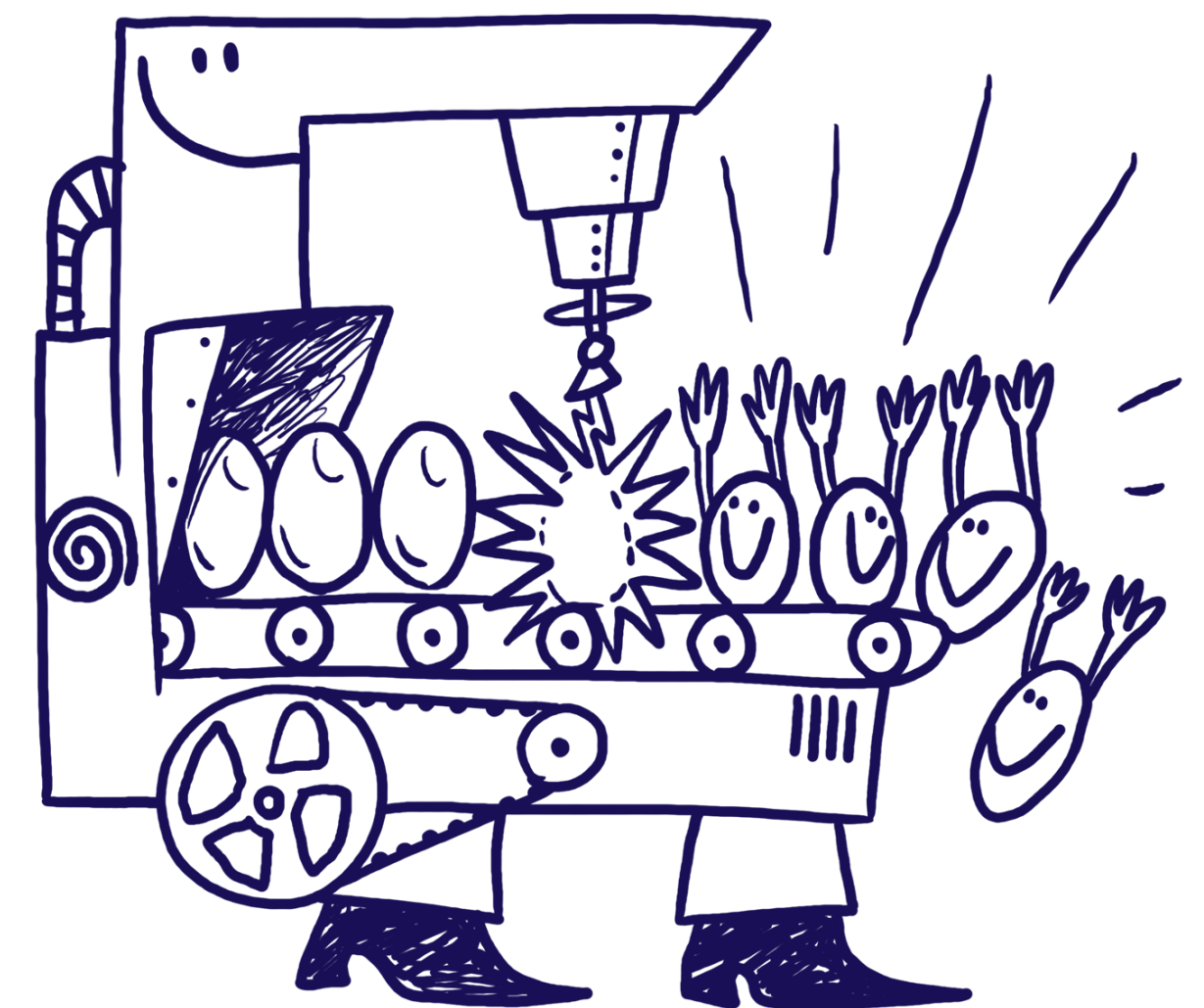
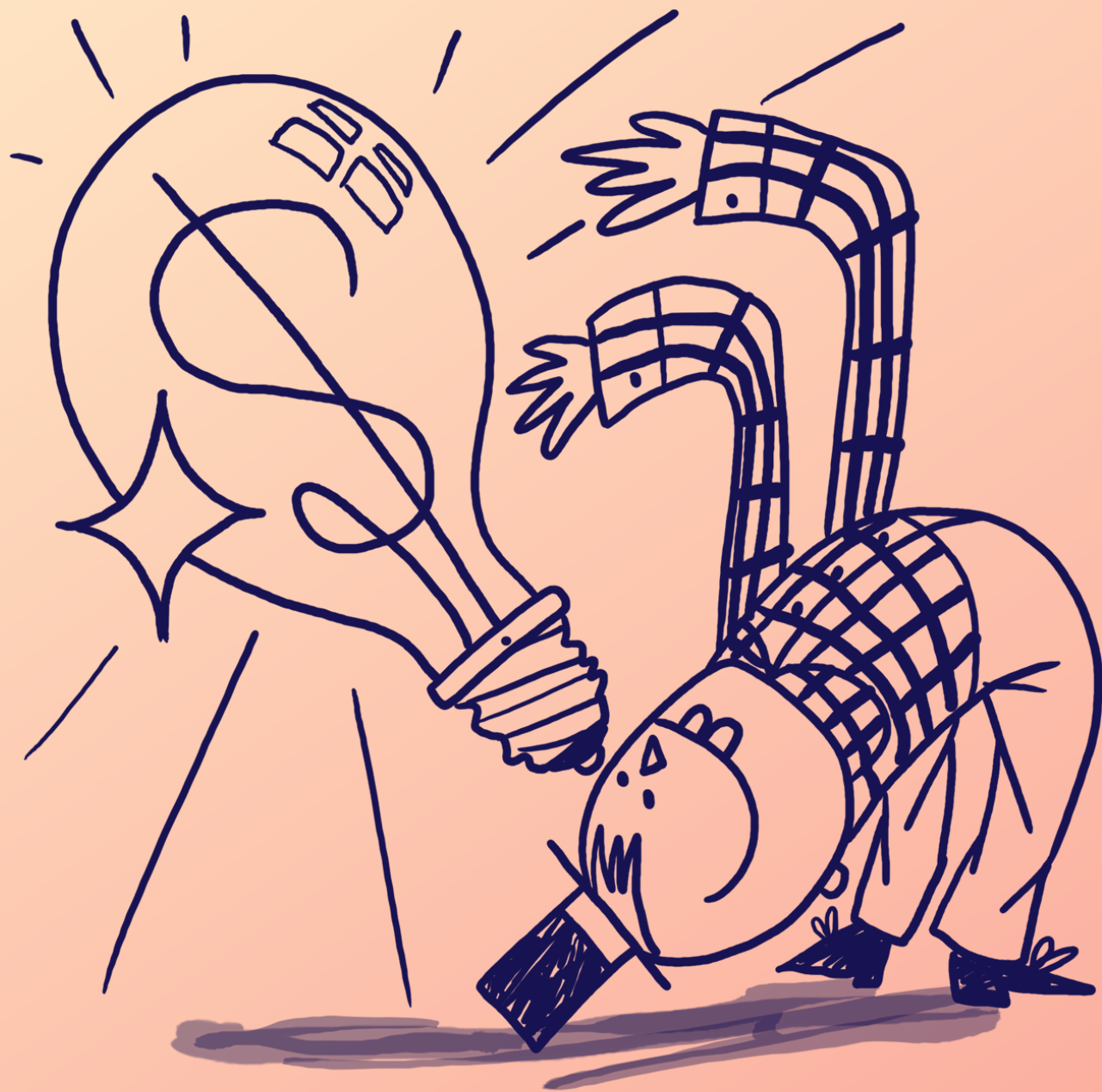


# Do you belong to your customers target group?

IAB Event 5.4.2023

***playable***



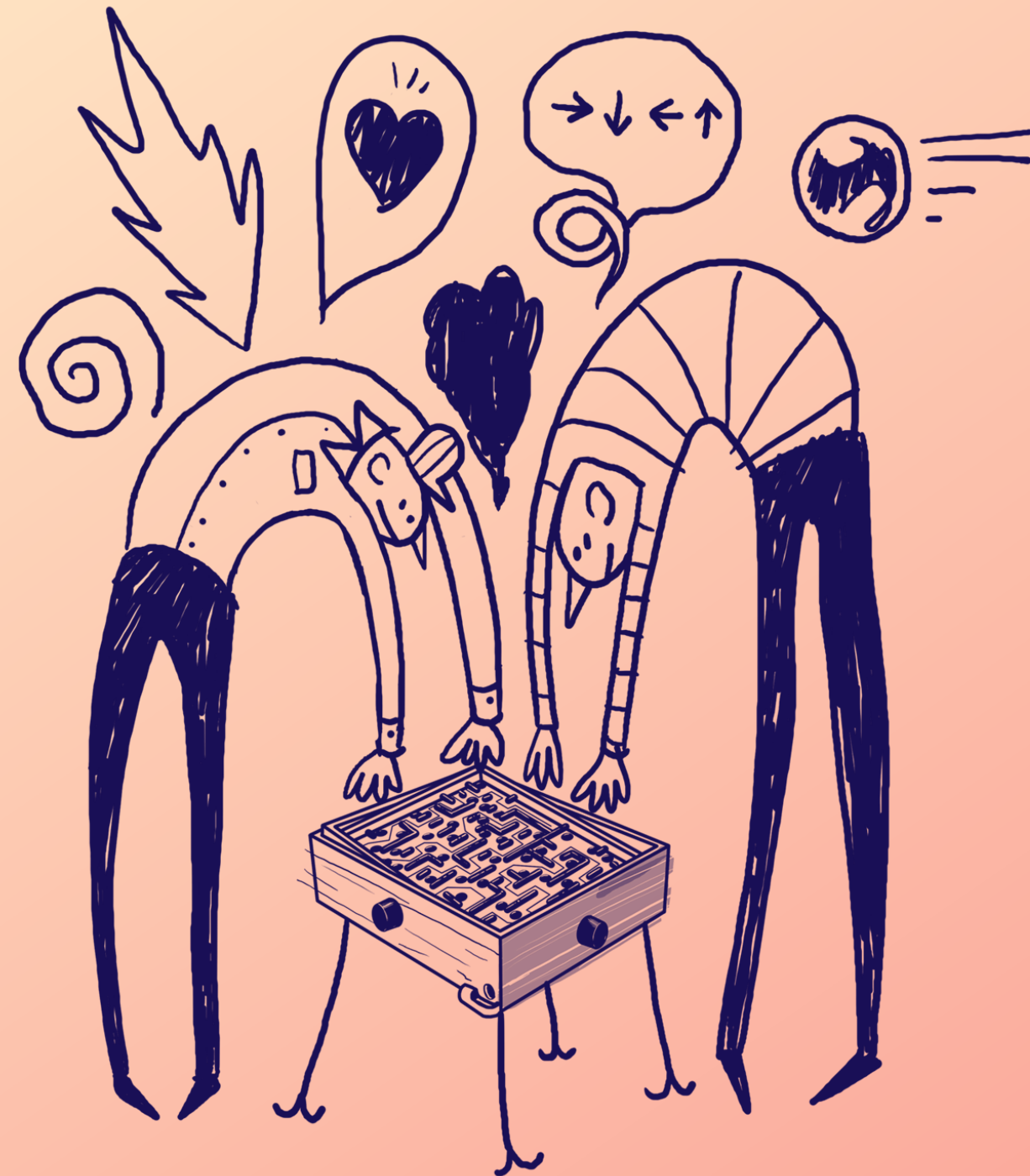


## Who wants to receive your marketing?

### Can I get your attention, please?

- Is your invitation interesting enough?
- If your target says "YES", can you keep the interest?
- Can you get them to want more?

→ Will your potential customer choose you to his/her target group?



## Who we are

- Playable marketing software
- Build own branded online marketing games
- Offering 30+ game concepts that can be tailored to any branding
- +70 colleagues in Amsterdam, London, Berlin, Aarhus, Copenhagen, Helsinki
- + 1 billion game plays, +125 millions unique players, +5 millions hours of engagement...

# Proudly powering 650 global brands

You'll be in good company

RITUALS...<sup>®</sup>



Costcutter<sup>®</sup>

NESTE



coop

unicef 

Carlsberg  
Group



Danske Bank



*playable*



**“We play because  
it is in our nature to do so”**

— Johan Huizinga

Dutch historian and cultural theorist, author *Homo Ludens* 1937

# The 5

## Game Mechanics



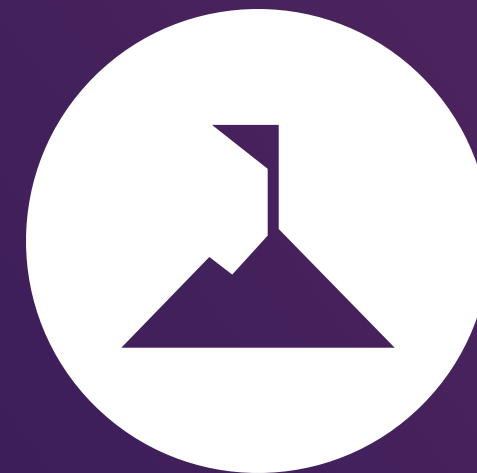
Compete



Have Fun



Mirroring



Challenge



Reward

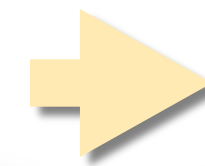
# How to use game mechanics in marketing?

## Marketing gamification in a nutshell

### 1. YOU AS A MARKETEER

Utilize game mechanics

...to transform your  
content  
into a playable format.



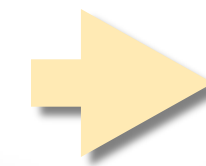
### 2. YOUR AUDIENCE WILL...

Interact

Engage

Be more focused

...with your brand



### 3. IMPACT TO YOUR BUSINESS

Your audience will...

Remember your  
brand much better.

Learn and understand better the  
value you offer them.

Convert to the next phase in the  
customer journey with higher  
conversion rate.

**Consumers are**

**56%**

**more likely to click a gamified  
ad\***

**\*YouGov®**



# Time Spent with Brand

The number of seconds each user spends in the campaign starting from first 'in-game action' until last flow page is reached.

# 65 secs

Average Time Spent across all campaigns based on + 1 billion game plays, 125 millions unique players

# Unique Registration Rate

The ratio between unique registered emails (IDs) and total sessions for a campaign

# 52%

Average Unique Registration Rate across all campaigns  
based on + 1 billion game plays, 125 millions unique players

# Create a positive cycle of activation & engagement

## DRIVE TRAFFIC



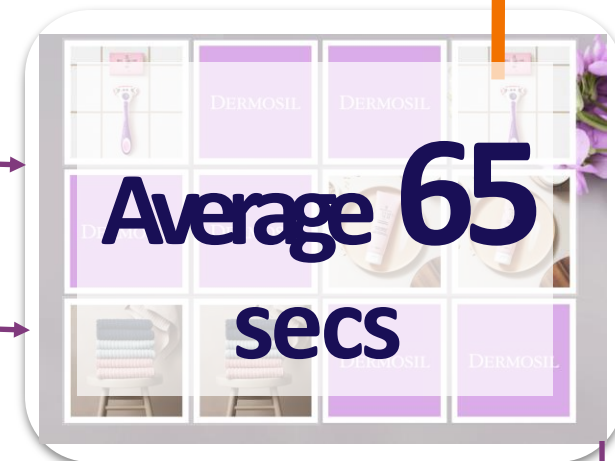
Higher CTR  
Lower CPC



POS / offline  
activation

**+56%**

Engage  
Activate  
Convert



Communicate  
Entertain  
Educate

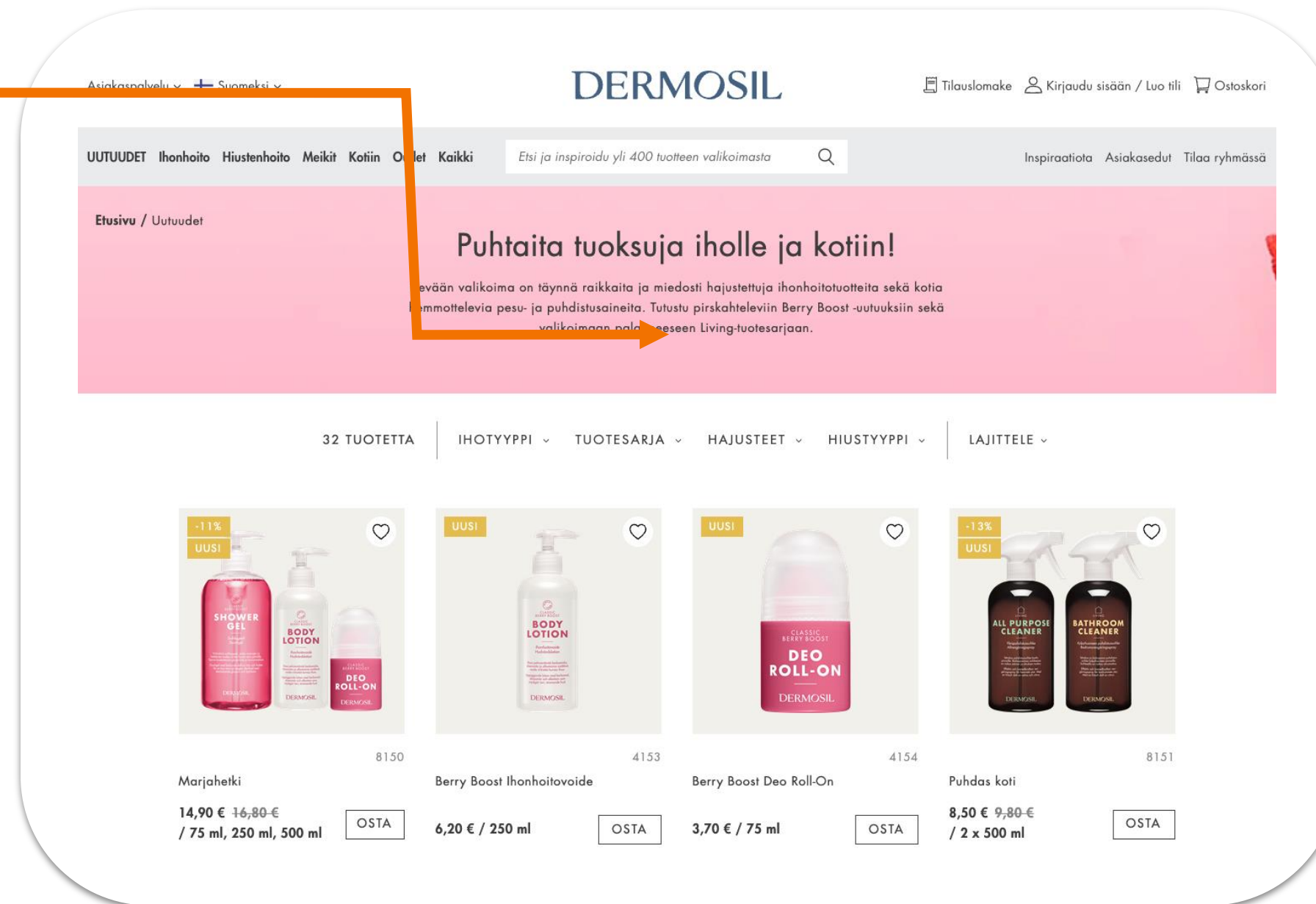
Average  
**52%**  
unique  
reg. rate

COLLECT DATA



Email addresses / leads  
Segmentation  
Audience insights

## ENGAGE, ACTIVATE & DRIVE CONVERSIONS



## RETARGET



Improved targeting  
Personalized ads  
Higher CTR  
Lower CPC



Higher open rates  
Personalized content



**Pelillistäminen osana  
markkinoinnin työkalupakkia**

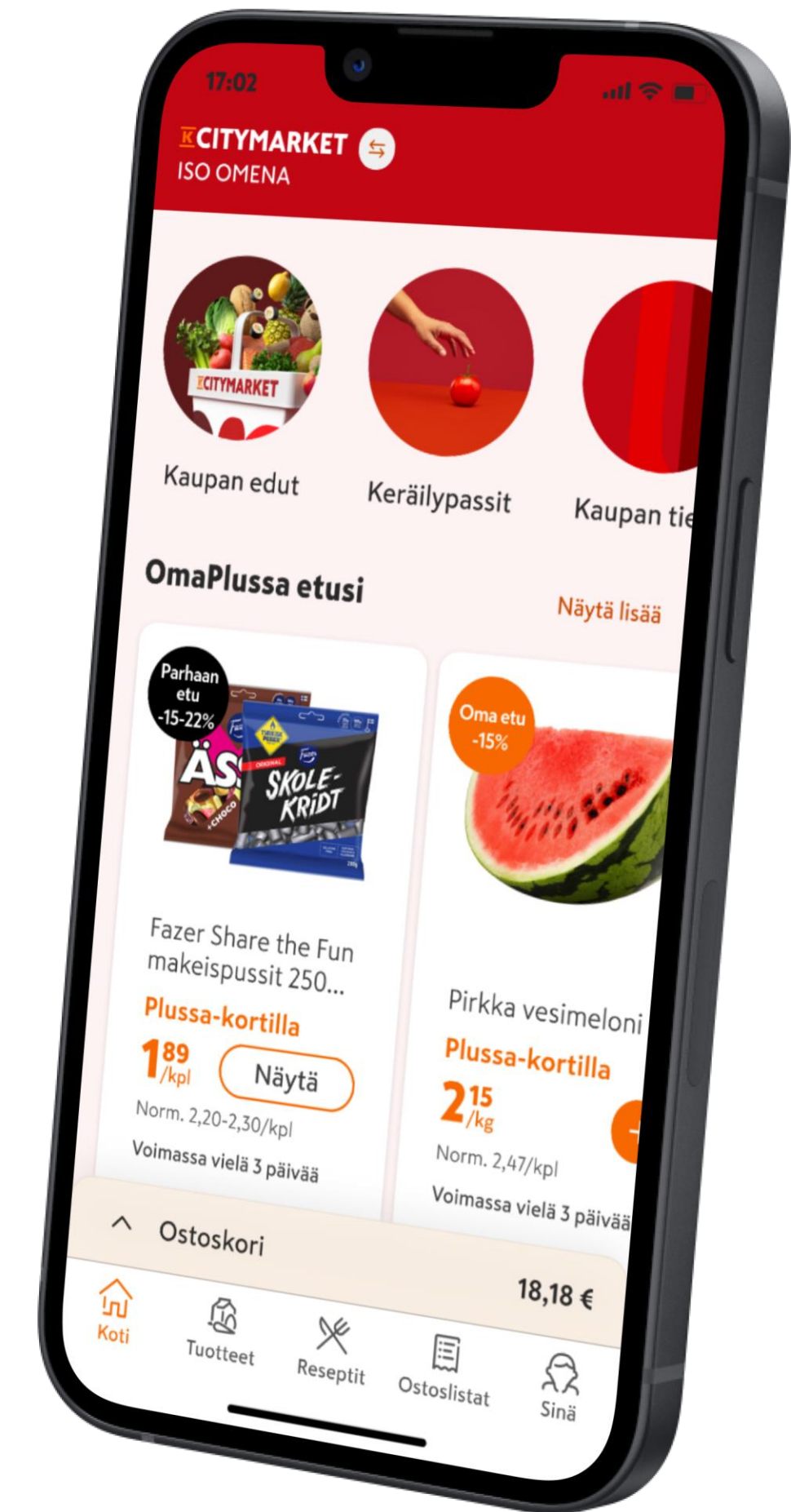
**Johanna Ekholm  
Marketing Director / Kesko**

# K-RUOKA-SOVELLUS

2 500 000 istuntoa/kk

350 000 aktiivista käyttäjää/kk

- Sovelluksen käytössä korostuvat lapsiperheet sekä nuoret aikuiset
- Pää tavoitteemme
  - Käynnit, aktiivikäyttö
  - Palvelussa vietetty aika
  - Ohjaus kauppaan



# PELIT OSANA K-RUOKA-SOVELLUKSEN JATKUVAA TEKEMISTÄ

- Olemme tarjonneet pelejä osana sovelluksen sisältöjä vuodesta 2019 alkaen
- Vuonna 2022 toteutimme yli 25 erilaista peliä
- Pelit toimivat ns. sisäänheittäjinä sovellukseen ja tavoitamme peleillä erityisesti nuorempia asiakkaitamme (20-39v)
- Pelit toimivat mainonnan sisältönä hyvin ja niiden avulla olemme saaneet kasvatettua sovelluksen latauksia ja käyttöä





**KRuoka**

PELAA JA VOITA VALITSEMASI  
CASTELLO-JUUSTO!




**3**  
pyöräytystä  
jäljellä

Osuessasi juusto-sektoriin,  
voitat herkullisen palkinnon!  
Onnea matkaan!




**KRuoka**

PELAA JA VOITA



**PROTEIN  
BCAA PIRTELÖ**



Pelaa klikkaamalla Arla Protein -pulloa  
Käytössäsi on 3 pyöräytystä.  
Joka päivä 100 voittaa!  
[Pelin säännöt](#)

**KRuoka**

**Raaputa kolme  
Oululainen  
REISSUMIES  
logoa ja voita!**

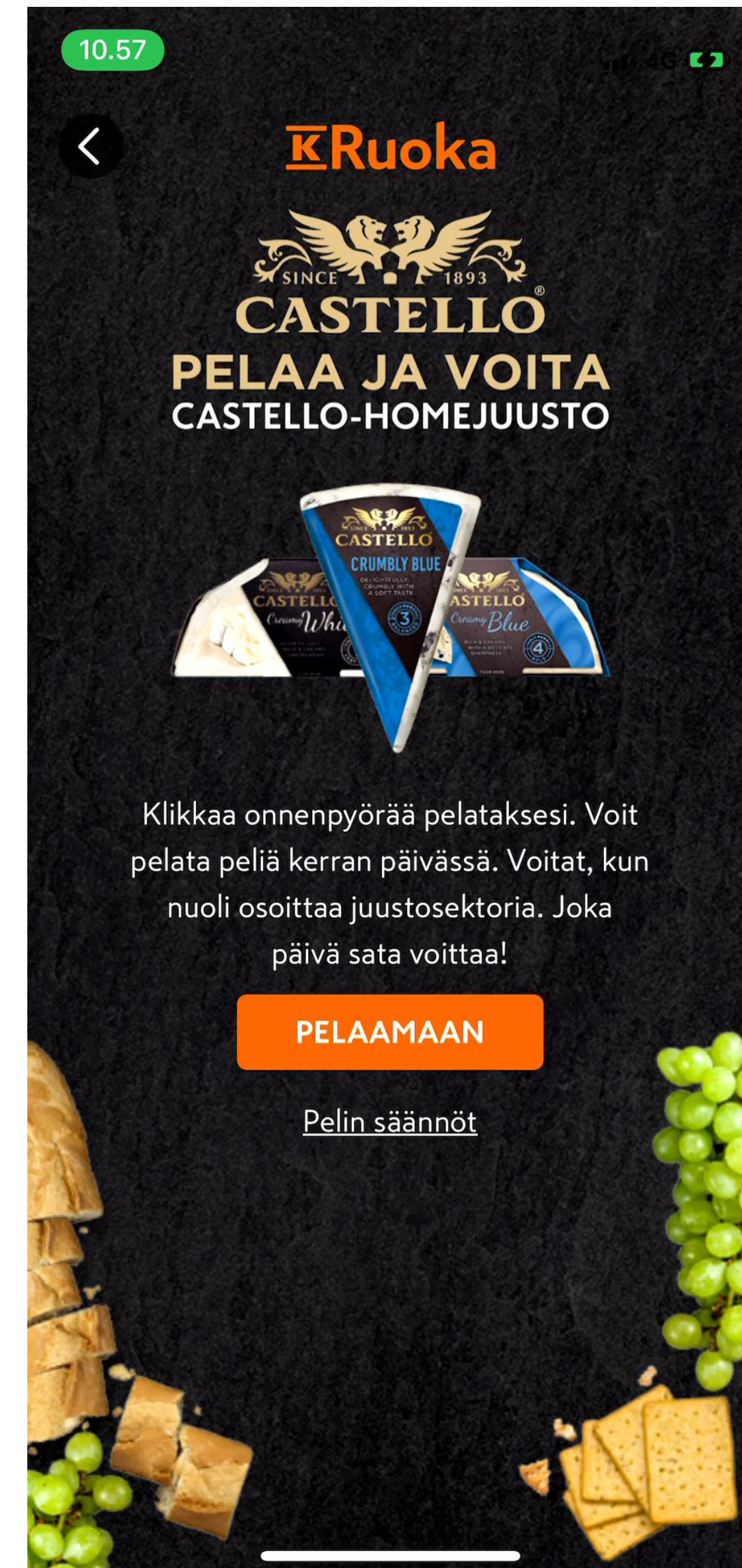


Raaputa reppua pelataksesi - kolmella  
Reissumies-logolla voitat Oululainen  
Reissumies Tosi Ohut Ruis -leipäpaketin!  
[Pelin säännöt](#)



# TULOKSIA

- Pelit ovat sovelluksen suosituimpia sisältöjä
- Sovelluksen käyttö ja asiakkaiden aktiivisuus on kasvanut joka vuosi
- Pelejä pelaa keskimäärin noin 70 000 asiakasta
- Pelikertoja yhdelle pelille kertyy 200 000-500 000
- Peleistä voitetuista tuotteista noin **70-80 % lunastetaan kaupasta**





# OPPEJA MATKAN VARRELTA

- Pelien kautta tavoitamme korostuneesti nuoria ja sinkkuja. Vaivattomuus ja hintatietoisuus korostuvat.
- Pelejä pelataan ja niihin palataan suhteessa enemmän kuin muihin sisältöihin
  - Pelit toimivat hyvin ns. sisäänheittäjinä sovellukseen - kiinnitettävä huomiota siihen mitä asiakkaalle tarjotaan pelin jälkeen
- Pelit keräävät osana sovellusta hyvin orgaanista liikennettä, mutta tulokset kasvavat merkittävästi kun pelejä mainostetaan myös muissa kanavissa. Pelimainonta on kiinnostanut erityisesti nuorempia kohderyhmiä ostetun median puolella.
- Palkintojen lunastukset toteutuvat keskimäärin samalla %-arviolla tuotteesta tai tuotteen arvosta riippumatta



**Kiitos!**