



"När vi väl vet exakt vad kunderna har köpt, hur de har agerat på nätet, spelat, svarat på kampanjer och undersökningar – då kan vi också nå ut effektivare med våra produkter."

*Johan Lindqvist, partneransvarig på Folkspel*

## Konsumenten i fokus – vinnande koncept för Folkspel

Bingolotto är bara en av många produkter i Folkspels växande portfölj. Med nätspel och prenumerationstjänster har föreningslivet eget spelbolag byggt upp en aktiv kundkrets på runt 150 000 personer. För att kunna rikta rätt erbjudanden till rätt kunder i rätt tid och rätt kommunikationskanal har man med Stratiteqs hjälp formulerat en strategi som bäddar för effektivare kampanjhantering och automatiserade flöden.

### Varför Stratiteq?

– De förstod vikten av att skapa en helhetsbild kring konsumenten och kunde på ett strukturerat sätt presentera vad vi steg för steg behöver göra innan vi implementerar det it-baserade systemstödet, säger Johan Lindqvist, partneransvarig på Folkspel.



# "Gärna ett system – men först måste vi forma en strategi."

## UTMANINGEN

Sedan starten 1991 har Folkspel traditionellt sålt sina lotter via återförsäljare i butiker och via de närmare 10 000 föreningar som genom sina riksorganisationer äger det landsomfattande spelbolaget. På senare år har dock nätspel och prenumeration på lotter blivit en allt viktigare del av verksamheten, vilket gör att Folkspels direktkontakt med konsumenten ökar.

– Tidigare har vi förlitat oss på att föreningar ska orka sälja varje vecka. Vårt uppdrag i framtiden blir mycket mer att hjälpa föreningen att sälja, alltså att göra avsluten åt dem. Det gör vi genom att ta ordern från konsumenten, men vi använder fortfarande lojaliteten med föreningen som incitament för ett köp, säger Johan Lindqvist.

Han förklarar att det exempelvis handlar om att med föreningarnas medlemsregister som bas arbeta med telemarketing och adresserad direktreklam. För att hålla koll på alla kunder och potentiella kunder gäller det att ha ett väl fungerande systemstöd. Vis av erfarenheten från tidigare projekt valde dock Johan Lindqvist och hand kollegor att börja i en annan ände:

– Det är ju så lätt att börja med ett system, men om man inte vet vad man ska göra med det blir det bara en dammsamlare som ingen använder. Det vi måste göra först av allt är att forma en strategi för hur vi vill jobba med våra konsumenter.

## LÖSNINGEN

Steg ett blev därför att enas kring hur säljarbetet skulle se ut och att definiera ett kundbegrepp som stämde överens med Folkspels nya sätt att möta marknaden. Och det var här Stratiteq kom in i bilden.

– Vi anordnade ett antal workshops för att få fram en helhetsbild av konsumentaffären. Det handlar mycket om att hitta gemensam terminologi och att identifiera vilken information som behövs om varje kund, säger Cecilia Wallersköld, Stratiteqs affärsområdeschef för CRM (Customer Relationship Management).

Med detta som grund ritade man tillsammans upp en segmenteringsmodell som gör det lättare att rikta erbjudanden till olika målgrupper. Nästa steg är att bygga en teknisk lösning som stödjer strategin och effektiviserar kundbearbetningen.

– Stratiteq hjälpte oss även med kravställningen på systemet, och nu är vi mitt inne i implementeringen av Microsoft Dynamics CRM som vi tidigare använt gentemot föreningar och butiker, säger Johan Lindqvist.

## RESULTATET

Med den nya strategin på plats kommer Folkspel att börja med att genomföra några enkla manuella kampanjer, för att sedan bygga på med automatiserade flöden.

– Om man exempelvis vet att det sker många avhopp i Bingolottoprenumerationerna före sommaren är det enkelt att lägga upp en rutin för att automatiskt skicka ut speciella erbjudanden till utvalda kunder redan i april eller maj, säger Johan Lindqvist.

Han påpekar att det är viktigt att komma igång enkelt och komplettera med mer avancerade funktioner för kampanjhantering, analyser och liknande efter hand. På sikt ska strategin och CRM-systemet också användas för att lägga upp ett lojalitetsprogram direkt riktat mot trogna konsumenter. Detta beräknas vara fullt utbyggt 2011.

## FOLK SPEL

Föreningslivets eget spelbolag grundat 1991.

Ägs av 71 riksorganisationer, till exempel Riksidrottsförbundet, Svenska Scoutförbundet, Hjärt- och Lungsjukas Riksförbund.

Största produkter: Nätspel, Bingolotto, Sverigelotteriet (prenumerationslott) och Sverigelotten (skraplott).

Genom åren har verksamheten genererat ett överskott på 15 miljarder kronor som gått tillbaka till svenskt föreningsliv.

Omsatte 2009 cirka en miljard kronor.

## STRATITEQ

Stratiteq är affärs- och IT-konsulterna som utmanar dina behov och ser till att du får de lösningar du behöver. Integrerade lösningar inom CRM, beslutsstöd och portaler som öppnar nya vägar för kommunikation och utvecklar din affär. Stratiteq är Microsoft Gold Certified, samt partner till QlikTech och Sitecore.