

# WIE DIE DÄNISCHE LOTTERIE VARELOTTERIET DURCH EINE PARTNERSCHAFT MIT MAPP & AMBITION IHREN LOSVERKAUF UM 300 % STEIGERN KONNTE!

## ÜBER VARELOTTERIET:

Varelotteriet, im Jahr 1887 gegründet, ist eine der ältesten Lotterien Dänemarks, welche jeden Monat mehrere Ziehungen durchführt. Dafür geben Kunden jährlich mehr als 133 Millionen Kronen (fast 18 Millionen €) aus, was über 205.000 verkauften Lottoscheinen entspricht. 62 % aller Losverkäufe werden an die Spieler ausgezahlt. In Absprache mit dem Justizministerium gehen alle Gewinne an wohltätige, soziale und humanitäre Zwecke.

## DIE HERAUSFORDERUNGEN:

In der Vergangenheit wurden die Lotterielose in einer Vielzahl von dänischen Geschäften und Einzelhändlern verkauft - von Kiosken und Supermärkten bis hin zu Lackierereien, Bäckereien und Buchhandlungen. Obwohl es mittlerweile auch möglich ist, Lottoscheine online zu kaufen, erfolgen noch immer mehr als die Hälfte der Losverkäufe durch direkten Kundenkontakt in den Verkaufsstellen. Aus diesem Grund ist die Leistung im Vertriebskanal Einzelhandel strategisch gesehen essentiell für die Zukunft von Varelotteriet.

In den Anfängen des Lotterie-Geschäfts pflegten diese Einzelhändler eine persönliche Beziehung zu all ihren Kunden und konnten sie daran erinnern, ihren Lottoschein zu erneuern. In der heutigen Welt bestehen diese

Beziehungen nicht mehr und der Verkauf von Lotterielosen hat für die Einzelhändler nicht mehr die höchste Priorität.

Die größte Herausforderung bestand für Varelotteriet also darin, einen Weg zu finden, Verbraucher zum Lottoscheinkauf in physischen Annahmestellen zu bewegen und diese Einzelhändler dazu zu bringen, mehr Lotterielose zu verkaufen.

Varelotteriet hatte die Absicht, einen digitalen Fußabdruck von jedem ihrer Kunden und Einzelhandelsgeschäfte zu erstellen. Ziel war es, die Offline- und Online-Daten zusammenzuführen und ein einheitliches Ökosystem zu schaffen, das klare Einblicke in das Kaufverhalten der Verbraucher bietet.

## DIE LÖSUNG:

Varelotteriet war auf der Suche nach einer Customer Data Plattform, die eine einheitliche Kundensicht über alle Kanäle hinweg ermöglichen sollte. Neben einem CDP suchten sie nach einer Plattform, die künstliche Intelligenz und prädiktive Modellierung bereitstellt, um die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen. Ferner suchten sie nach einer Automatisierungslösung, die sicherstellt, dass ihre Kommunikation immer über den richtigen Kanal erfolgt. On top benötigte Varelotteriet ein Team von Digitalexperten, um die Lotterie bei der Verbesserung und Optimierung ihrer digitalen Marketingstrategie zu unterstützen. Infolgedessen entstand die Partnerschaft zwischen

Mapp und Ambition. Während Ambition als Ziel- und Aktivitätstracker fungiert, geht Mapp einen Schritt weiter und speist alle Daten in die integrierte API und anschließend in die Mapp Cloud ein.



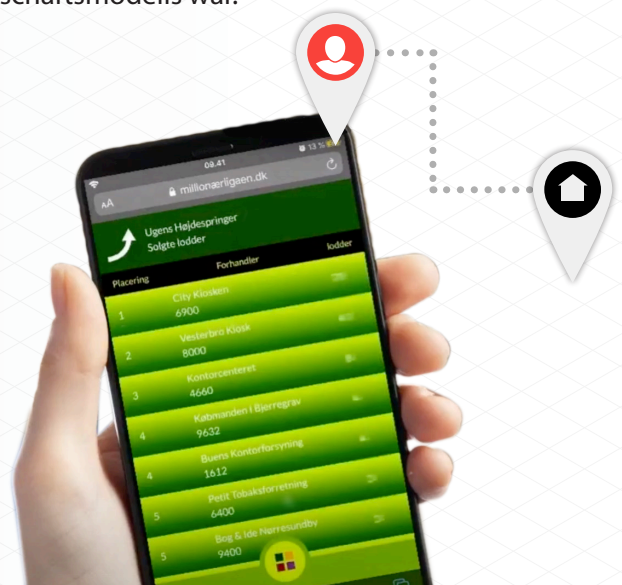
## DIE „MILLIONAIRE LEAGUE“- KAMPAGNE:

Das Ziel der Kampagne von Varelotteriet war es, Spieler und Händler und deren Verhalten in einem optimierten Marketing-Tech-Stack zu erkennen, bei dem jede Aktion eine sichtbare und messbare Reaktion in physischen Geschäften und digitalen Kanälen hervorrufen würde. Die Kampagne lief über 13 Wochen.

Varelotteriet nutzte Mapp Cloud, um potenzielle Lottospieler auf der Grundlage aktueller Spielerprofile zu identifizieren und sie mit dynamischen Display-Bannern zu bedienen, wenn sie sich in der Nähe von Einzelhändlern aufhielten, die Lose verkauften. Wenn jemand auf ein solches Banner klickte, erhielt er durch Geotracking eine Wegbeschreibung zum nächstgelegenen Händler. Die Landingpage mit diesen Details zeigte auch die Preise, die zu gewinnen waren, um den Kunden zu ermutigen, der Wegbeschreibung zu folgen.

Mapp und Ambition arbeiteten auch zusammen, um ein Wettbewerbselement für die Einzelhändler zu entwickeln, die Lottoscheine verkaufen. Durch

automatisierte SMS-Nachrichten wurden die Einzelhändler dazu ermutigt, so viele Lottoscheine wie möglich zu verkaufen. Die bestplatzierten Unternehmer konnten Preise gewinnen und sich in einer Rangliste platzieren. Diese „Millionaire League“-Kampagne sorgte bei den Annahmestellen für eine regelmäßige Erinnerung der Kunden für eine Ankurbelung des Wettbewerbs untereinander, obwohl der Verkauf von Lottoscheinen nicht der primäre Fokus ihres Geschäftsmodells war.



## DIE ERGEBNISSE:

### **300 % UMSATZSTEIGERUNG** BEI ALLEN EINZELHÄNDLERN

Die beiden Kampagnen erzielten die bisher besten Ergebnisse in der 134-jährigen Geschichte von Varelotteriet. Während des 13-wöchigen Verkaufszyklus verdreifachten sich die Verkäufe bei allen Lotterieranbietern.

### **1000 % UMSATZSTEIGERUNG** BEIM ERFOLGREICHSTEN EINZELHÄNDLER

Der Einzelhändler, der den „Millionaire League“-Wettbewerb gewann, steigerte den Verkauf von Lottoscheinen um satte 1000 %.

Neben diesen hervorragenden Ergebnissen konnte die Kampagne auch für eine positivere Wahrnehmung unter den Händlern sorgen. Die Verkaufsmotivation war auf einem Allzeithoch, selbst bei Annahmestellen, die zuvor als weniger aktive Lottoverkäufer galten.

Heute ist Varelotteriet in der Lage, das Nutzerverhalten über Plattformen und andere Kanäle hinweg zu verfolgen und mit Vorhersagemodellen neue Spieler zu gewinnen. Das Unternehmen zielt auf potentielle Lottospieler einer bestimmten Annahmestelle ab sowie auf Menschen, die sich in bestimmten geografischen Gebieten aufhalten.

## WARUM MAPP UND AMBITION DIE PERFEKTEN PARTNER FÜR VARELOTTERIET WAREN:

// Die Kombination aus der Nutzung eigener Daten und der digitalen Expertise des Strategieteam von Ambition zusammen mit den erstaunlichen Fähigkeiten der Mapp Cloud sorgt dafür, dass wir in unseren Verbraucher- und Händlernetzwerken eine höhere Sichtbarkeit als je zuvor erlangen konnten. Durch das Erreichen dieses Ziels konnte Varelotteriet Erkenntnisse in die Tat umsetzen und dem richtigen Kunden zur richtigen Zeit auf dem richtigen Kanal die richtige Botschaft schicken – etwas, das wir in der Vergangenheit nicht konnten. Die Ergebnisse sprechen für sich und wir hätten keine besseren Partner als Mapp und Ambition wählen können, um uns auf unserem Weg helfen zu lassen. //

**PETER JØRGENSEN, STELLVERTRETENDER DIREKTOR BEI VARELOTTERIET**