



RADIOVUOSITILAISUUS

5.2.2019 Tennispalatsi

Ari Tuuli, markkinoinnin kehityspäällikkö

Brändi, asiakkuus ja markkinointi



Ari Tuuli markkinoinnin kehityspäällikkö

Suomalainen voittaa aina.

*Maailma on erilainen
Vakioveikkaajan silmin.
Kavioveikkaajan silmin.
Vedonlyöjän silmin.*

Lotto. Elämä voi muuttua.

Veikkaus. Iloa Elämään.

Kanta-asiakkaana saat enemmän.

Uusi Veikkaus. Mahdollisuuksia.



ÄÄNEN VOIMAA...



...VAI KORVAMATO?



PELIAUTOMAATEISTA TUTTU **POKERIN TUPLAUS** -MUSIIKKI

SÄVELTÄJÄ
KIMMO KOSKINEN

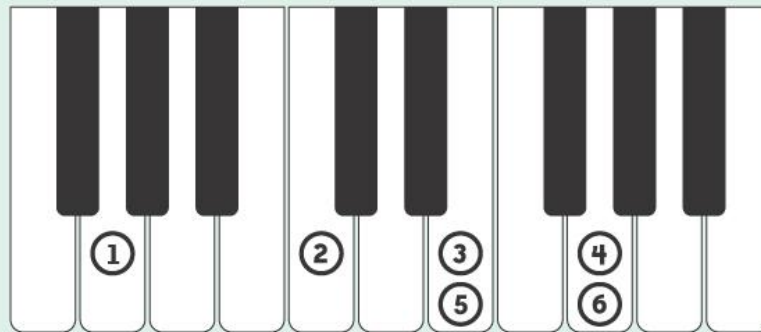
SOINUT YLI KAKSI
MILJARDIA KERTAA
VUOSINA 1986-1996





2000 LUVUN ALUN VEIKKAUKSEN ÄÄNI- JA RADIOMAINONTAA

TÄMÄ ON JÄÄKIEKKOVAKION ÄÄNIMAINOS.



TA - DA - DA - DAT - TA - DAA .

Jääkiekkovakioveikkauksen pelaaminen on
yhtä helppoa kuin tuo tuttu urkuplääjäys.

Kotivoitto on ykkönen, tasapeli risti ja vieras-
voitto kakkonen. Kohteina jääkiekon SM-liigaa
ja Ruotsin Elitserieniä lähes joka torstai.

Kuponki sisään huomiseen klo 18.15 mennessä.

www.veikkaus.fi

MAAILMA ON ERILAINEN VAKIOVEIKKAAJAN SILMIN.





TÄHTISADETTA

UNOHTUMATTOMAT

20



ERIKOISPAINOS!
SISÄLLÄ JULISTE, JOSSA
MYÖS KAIKKI
SUOSIKKIMAINOKSESI
FANITIEDOT.

*Suomen radiomainoshistorian suurimmat suosikit
nyt yksissä kansissa. Kuuntele ja nauti!*



TÄHTISADETTA

UNOHTUMATTOMAT 20

LEGENDAT:

- A** Veikon Kone The Veikko's
 - 1. Hintahumppa
 - 2. Kesäälän valssi
 - 3. Vaatimaton viikko
 - 4. Mulla on jo toinen
 - 5. Kuka keksi kesäälän?
- B** Vichy Novelle Tutkimuslaitos Detalji
 - 6. Lauri Laamanen
 - 7. Raimo Renkonen
 - 8. Jaakko Salakka
- C** Carrols
 - 9. Taistolaisateria
 - 10. Snadissa
 - 11. O je como va
- D** Radiolinja DJ Esko/Poikani Esko
 - 12. Jobtaja Henriksson
 - 13. Sukkabousut
 - 14. Sää
 - 15. DJ Esko Tandem (1)
 - 16. DJ Esko Tandem (2)
- E** Veikkaus Pertti ja Helena
 - 17. Läpiajo
 - 18. Vermossa armeijassa
 - 19. Matsissa (1)
 - 20. Matsissa (2)
 - 21. FI: Nainen ratissa

KIINTOTÄHDET:

- F** Koffrock
 - 22. Koffrock
- G** Koff Juhannuskalenteri
 - 23. Teemunpäivä 1.6.
 - 24. Juhannusaatto 22.6.
- H** Kamera-Aitta Vaari
 - 25. Vintti pimiönä
 - 26. Tippa linssissä
- I** Dell Sisters
 - 27. Dell Sisters

- J** Lähetä Postikortti
 - 28. Preppauskurssi
 - 29. Peuhumaa

- K** 118 Numeropalvelu
 - 30. Verkot
 - 31. Hinaus

- L** Telia City
 - 32. Kylään
 - 33. Ylitöihin

- M** Marinetti
 - 34. Servo
 - 35. Inkinen

- N** Kiinteistömaailma
 - 36. Oli

- O** Gigantti "Pieni ääliö"
 - 37. Tyhmä
 - 38. Hullu

- P** Sexhibition 2002
 - 39. Liukas piha
 - 40. Poppi-Heikki

- Q** Tiinari Rehtorin puhuttelu
 - 41. Piimä
 - 42. Muumi

- R** Pohjolan mies
 - 43. Prosenttilike (Pakupussi)
 - 44. 0303 0303

- S** Paulig Frezza
 - 45. Frezza

- T** Peugeot Hanski-poika
 - 46. Boxer III
 - 47. Boxer IV

★ ERITYISMAININTA:

- Hondamies
 - 48. Chateau-viini





TÄHTISADETTA

UNOHTUMATTOMAT

LEGENDAT

Tuomariston perustelut:

"Veikkaajan maailma paitsi näyttää myös kuulostaa erilaiselta. Pertin ja Helenan avioelämä on kaukana vakioista. Tiukasti kirjoitettu, tyylikkäästi tuotettu."

Mainostaja: Veikkaus Oy

Mainostoimisto: PHS

Tuotantoyhtiö: Miracle Sound

Tuotantovuosi 2001-2004

PERTTI JA HELENA – MATSISSA RADIOMAINOSSARJAT "Levoton Tuhkimo"



MAAILMA ON ERILAINEN VAKIOVEIKKAAJAN SILMIN.

PERTTI JA HELENA – RADIOMAINOSSARJAT "Läpiajo"



MAAILMA ON ERILAINEN VAKIOVEIKKAAJAN SILMIN.

VEIKKAUS & RADIO

VEIKKAUS

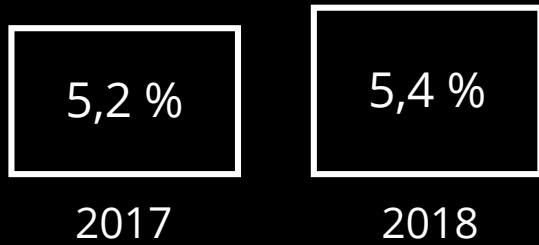


VEIKKAUS & RADIO

- Radion vahvuuksien huomioiminen tuotannoissa ja kampanjarakenteessa
- Brändimielikuvan rakentajana ja taktisena aktivoijana
 - Lähellä ostoshetkeä ja/tai arvontaa
 - Aktivoimassa verkkoon
 - Muistuttajana
- Viestien laaja variointi
 - Viikompäivän
 - Kellonajan
 - Kohderyhmän
 - Kuuntelupaikan ja
 - Radiokanavan mukaan
- Muistijäljen vahvistaminen radiospottien yhdistämisellä muihin media-toimenpiteisiin



RADION OSUUS MEDIA- MAINONNASTA



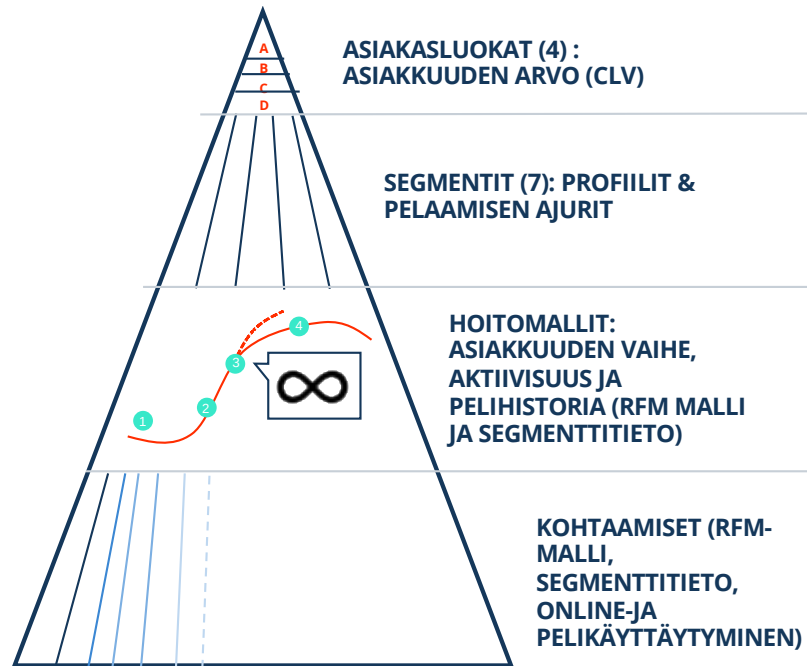
Radion osuus Veikkauksen mediapaletissa



ASIAKASLUOKAT JA SEGMENTIT



ASIAKASSEGMENTOINNIN JA LUOKITTELUN KYVYKKYYDEN LÄHTÖKOHDAT



KYVYKKYYS:

Veikkaustasoinen näkymä asiakkaisiin yli tuotteiden ja liiketoimintojen strategisen ohjauksen välineeksi: mahdollisuus seurata asiakaskannan kehitystä, tunnistaa arvokkaimmat asiakkaat

Toiminnan ohjaus ja priorisointien helpottuminen: käsitys asiakasryhmistä joihin panostukset tulisi kohdentaa

Parempi ymmärrys asiakkaista tuote- ja palvelukehityksen sekä markkinointiviestinnän suunnittelun tueksi

Parantunut operatiivinen teho oikein kohdentuneista panostuksista sekä paremmasta tarjoamasta/sisällöstä

Asiakaslähtöinen tavoiteasetanta ja mittarointi tekemiselle

Talotasoisesti yhteinen kieli ja yksiselitteinen ja ymmärrettävä malli, keskenään linkissä olevat ryhmittelyt

7 PELAAJASEGMENTTIÄ



TIIVISTETTY KATSAUS SEGMENTTIEN OMINAISPIIRTEISIIN



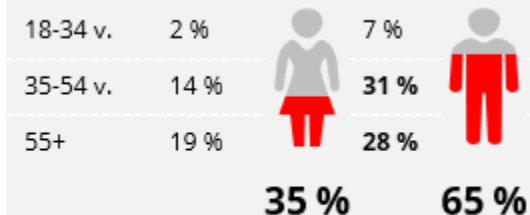
7 PELAAJASEGMENTTIÄ



POTTIHAUKAT (10 %)

"Pelaan lähes ainoastaan haaveilupelejä. En ole juurikaan kiinnostunut pelaamisesta, ainoastaan suuresta voittopotista. Riskinotto ei ole minua varten."

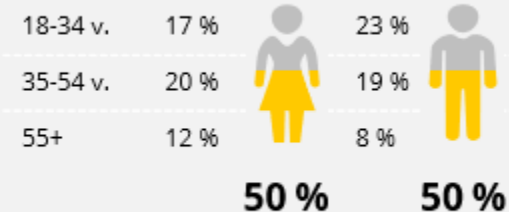
**KONSERVATIIVINEN
EI ELÄMYSHAKUINEN
TEKNOLOGIA VIERASTA**



KASINOVIIHTYJÄT (25 %)

"Rahapeliä pelaaminen on minulle viihdettä, jonka avulla pääsen hetkeksi irti arjesta ja voin kuluttaa aikaa."

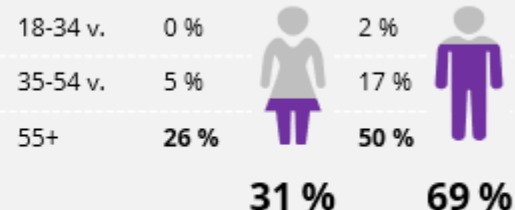
**KOKEILUNHALUINEN
KAIPAA PIRISTYSTÄ**



TAPAHAAVEILIJAT (14 %)

"Rahapelit kuuluvat arkirutiineihini."

**TASAINEN ELÄMÄ
HIDAS ELÄMÄNTYYLI
EI ELÄMYSHAKUINEN**

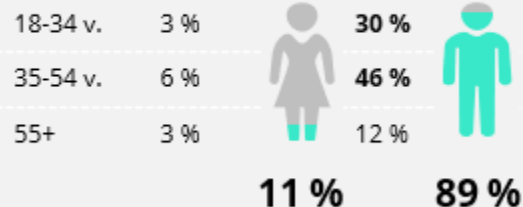


KV-PELAAMISEN YSTÄVÄT (6 %)



"Pidän rahapelaamista harrastukseni. Luotan enemmän taitoon kuin tuuriin. Minulle on tärkeää käyttää taitojani ja muut ihmiset ovat osa pelikokemusta."

**NOPEA
TEKNINEN
HUOLETON
KOKEMUSHAKUINEN**

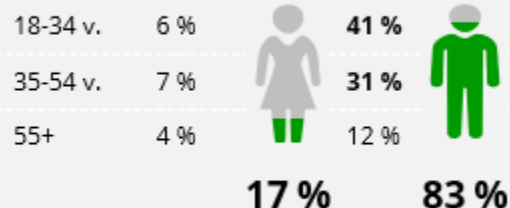


SOSIAALISET PELAILIJAT (11 %)



"Pelaan monipuolisesti pelejä, jotka ovat myös tuttavapiirissäni suosittuja. Haluan kuulua joukkoon. Pelaan usein, mutta käytän siihen vähän rahaa."

**SOSIAALINEN
EI TEKNIIKAN OSAAJA
MUIDEN AJATUKSILLA
MERKITYSTÄ
ELÄMYSHAKUINEN**

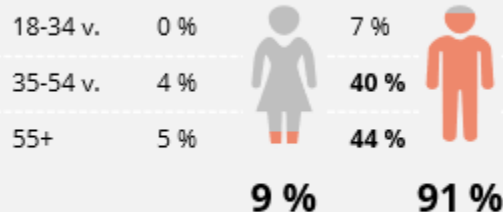


PELISIJOITTAJAT (0,1 %)



"Rahapelaaminen, etenkin ravipelaaminen, on minulle harrastus ja elämäntapa. Tiedän siitä paljon ja hyödynnän osaamistani pelatessa"

**RUTIINIKESKEINEN
TYTYTYVÄINEN
OMAN TIENSÄ KULKIJA
HIDAS ELÄMÄNRYTMI**

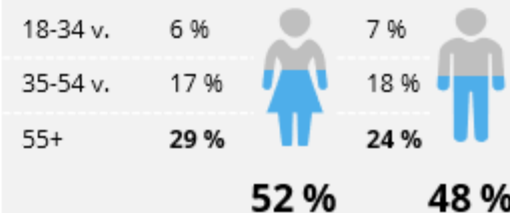


PERINTEISET SATUNNAIS- PELAAJAT (34 %)



"Pelaan rahapelejä hyvin satunnaisesti. Silloin kun pelaan, pelaan aina Veikkauksella, koska suomalaisuus on minulle tärkeää"

**PITÄÄ RUTIINEISTA
OMAIKUUS EI TÄRKEÄÄ
TYTYTYVÄINEN ELÄMÄÄNSÄ
HIDAS ELÄMÄNTYYLI
KAAVAMAINEN**





VAIKUTTAJATUTKIMUS:

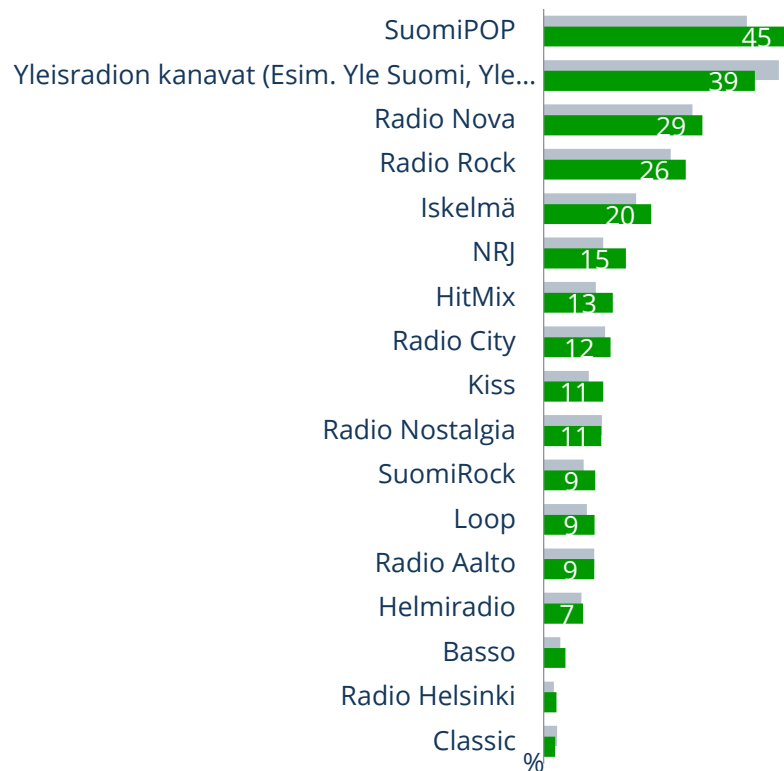
- Segmenttien koko ja pelikatteet
- Kiinnostuksen kohteet
- Veikkauksen asiakasetujen kiinnostavuus
- Arvot ja asenteet
- Mediakäyttö
 - Intermediataso
 - Veikkauksen kanavat
 - Mediasta seuratut aihepiirit
 - Rahapelit mediassa
 - Mieluisin kanava saada tietoa rahapeleistä
 - Mobiilikäyttö
 - Somen käyttö
 - Mieluisin ohjelmatyyppi



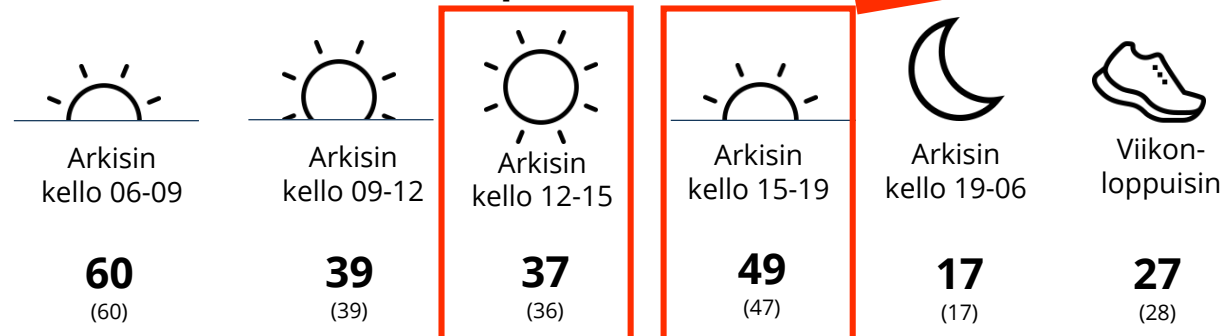


SOSIAALISET PELAILIJAT

RADIOKANAVIEN SEURAAMINEN (väh. Viikoittain, 78%)

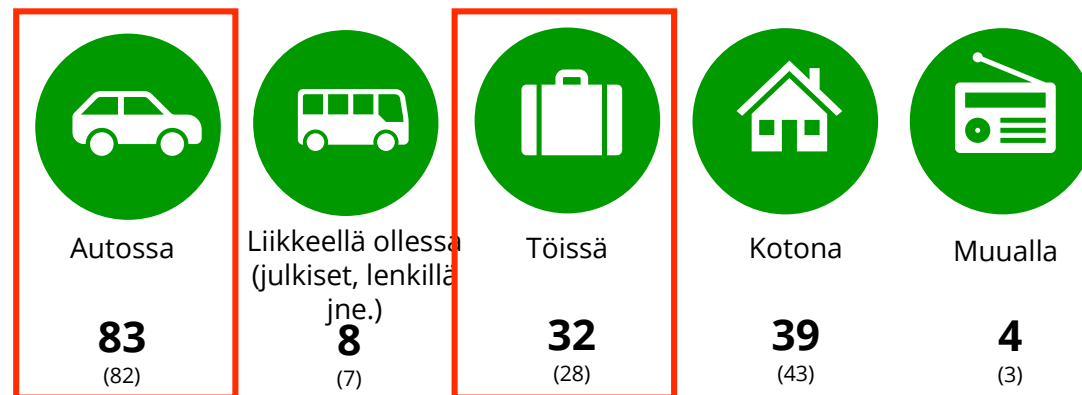


RADION KUUNTELUAIKA (tapana kuunnella)



ESIMERKKI RADIOSTA:
ATLAS-MALLINNUS
LAAJENTAA YMMÄRRYSTÄ

RADION KUUNTELUPAIKKA (tapana kuunnella)





PODCAST-SARJA

- UUTTA OPPIMASSA

Uusia mahdollisuuksia

MAHDOLLISUUKSIA

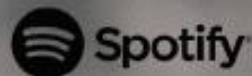
UUSI PODCAST-SARJA YSTÄVYYDESTÄ

TOIMITTANUT RONJA SALMI



KUUNNELTAVISSA

BASSO
acast



**"Kohderyhmältä
kohderyhmälle"**

*Podcast jota itse haluaisit
kuunnella*

Pääkohderyhmä
18–29-vuotiaat
aikuiset

Tavoitteena tuoda
Veikkauksen brändi
lähemmäs
kohderyhmää ja
kertoa, mitä kaikkea
Veikkauksen pelien
tuotoilla tuetaan.

MAHDOLLISUUKSIA

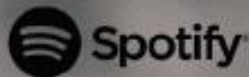
UUSI PODCAST-SARJA YSTÄVYYDESTÄ

TOIMITTANUT RONJA SALMI



KUUNNELTAVISSA

BASSO
acast



**"Kohderyhmältä
kohderyhmälle"**

*Podcast jota itse haluaisit
kuunnella*

Toimittaja:
kirjailija Ronja Salmi

Käsikirjoittaja:
Veera Ojola
(+Noora Shingler)

Podcastin
Muotoilu:
Dagmar Stories

MAHDOLLISUUKSIA

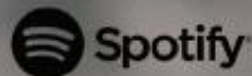
UUSI PODCAST-SARJA YSTÄVYYDESTÄ

TOIMITTANUT RONJA SALMI



KUUNNELTAVISSA

BASSO
acast



**"Kohderyhmältä
kohderyhmälle"**

*Podcast jota itse haluaisit
kuunnella*

Ping Helsinki:
Laura Satamo

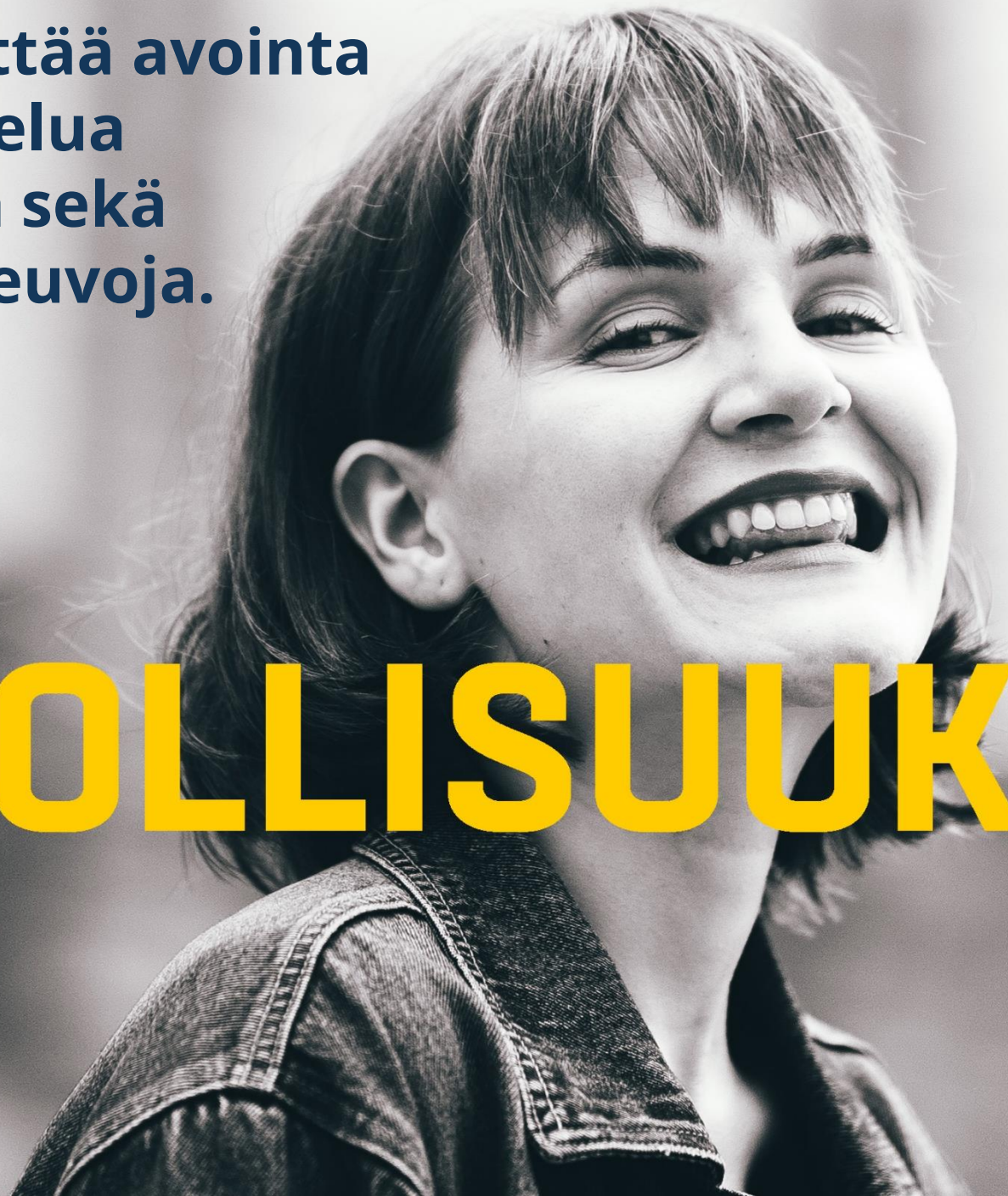
Tuotanto:
Basso Media

Veikkaus:
Tommi Viitala

**Tavoitteena oli herättää avointa
ja rehellistä keskustelua
kiperistäkin aiheista sekä
antaa konkreettisia neuvoja.**

MAHDOLLISUUKSIA

12 jaksoa



**Käsitellyt kysymykset olivat
aitoja ja annetut vastaukset ja
neuvot konkreettisia, jotta
kuulijat kokisivat sisällön
omannäköiseksi ja
hyödylliseksi.**

MAHDOLLISUUKSIA

**Podcastin kanavina
Spotify, iTunes ja Acast**





KUUNTELUMÄÄRÄT:

Kuunteluita on nyt jo yli 65 000 kpl.
Kuunteluita tulee n. 1 000 päivässä.

KESKIMÄÄRÄINEN KUUNTELUAIKA:

Sisällön parissa vietetty aika
on 24-25 min/jakso, kun jaksot ovat
pituudeltaan n. 30 min
→ sitoutuminen ollut erinomaista!

MAHDOLLISUUKSIA





LISTASIJOTUKSET:

Parhaimmillaan Spotifyn TOP4 sekä TOP7 iTunesin listoilla.

LISÄKUUNTELUT:

Kuuntelija kuuntelee keskimäärin 1-2 vanhaa jaksoa lisää, eli vanhakin sisältö elää oikein hyvin.

KAMPANJATUTKIMUS:

40% kohderyhmästä sanoi, että uudenlainen sisältömarkkinointi paransi heidän mielikuvaansa Veikkauksesta (44% EOS).



MAHDOLLISUUKSIA

KIITOS!

ari.tuuli@veikkaus.fi
puh. 0400-343488

VEIKKAUS

