

Customer Stories

Totalizator Sportowy

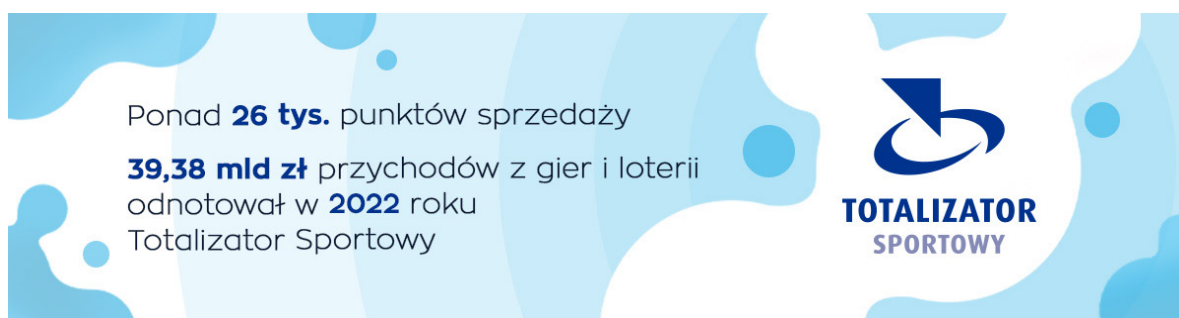


Totalizator Sportowy to jedna z największych i najbardziej rozpoznawalnych polskich spółek. Działa nieprzerwanie od blisko 70 lat, zapewniając klientom dostęp do szerokiej oferty produktów gamingowych.

Spółka jest właścicielem marki LOTTO i dysponuje siecią sprzedaży naziemnej obejmującą ponad 26 tys. punktów (których liczba ciągle rośnie), jednocześnie udostępniając swoje gry i loterie również online. Prowadzi także jedyne legalne kasyno internetowe w Polsce – Total Casino – oraz sieć salonów gier na automatach poza kasynami gry. Totalizator Sportowy jest spółką technologiczną, która nieustannie się rozwija i poszukuje nowatorskich rozwiązań. Jej działania mają na celu wyprzedzanie potrzeb rynku przy wykorzystaniu innowacji i najlepszych praktyk biznesowych.

Totalizator Sportowy niezmiennie pozostaje jednym z filarów finansowania polskiego sportu i kultury. Od 1994 roku tylko z tytułu dopłat do gier liczbowych i loterii pieniężnych firma przekazała ponad 20 mld zł na sport i kulturę. Ponadto spółka prowadzi szeroko zakrojony mecenat finansowany ze środków własnych.

Odpowiedzialną sprzedaż produktów gamingowych oraz przestrzeganie najwyższych standardów bezpieczeństwa potwierdza certyfikat Responsible Gaming przyznany przez międzynarodowe organizacje European Lotteries oraz World Lottery Association.



Obecnie Totalizator Sportowy to dynamicznie rozwijająca się firma, która stanowi symbol nowoczesności i profesjonalnego zarządzania. Firma stale poszerza swoją działalność, korzystając z najnowocześniejszych technologii w branży. Poprzez innowacje i stosowanie najlepszych praktyk biznesowych zaspokajają w pełni potrzeby rynku.

Wyzwanie:

Totalizator Sportowy dąży do promowania spójnych produktów i usług oraz doskonalenia doświadczeń klientów poprzez wykorzystanie danych o klientach oraz relacji między różnymi markami. W ramach tego celu pojawił się pomysł stworzenia i wdrożenia systemu w zakresie programu lojalnościowego dla Graczy, mającego na celu:

- planowanie i realizację działań na podstawie zebranych i przetworzonych danych o uczestnikach i ich aktywności, wraz z segmentacją uczestników, analityką i zautomatyzowaną wielokanałową komunikacją
- rozpoznanie potrzeb na każdym etapie życia uczestnika oraz komunikowania się z uczestnikiem w odpowiednim czasie z odpowiednim cyklem życia produktu na podstawie danych zebranych przez System i odpowiednią zachętą przez dedykowany kanał komunikacji
- poznania zachowań zakupowych Graczy

Program lojalnościowy stanowi nie tylko motywację do powtarzalnych zakupów czy korzystania z oferowanych usług, lecz również ma za zadanie tworzyć trwałe relacje z klientami poprzez zbieranie, analizowanie i wykorzystywanie danych o klientach. Dzięki temu Totalizator Sportowy może proponować spersonalizowane nagrody, ekskluzywne oferty i korzyści, dostosowane do indywidualnych preferencji, co zachęca do dalszego zaangażowania z marką. Program lojalnościowy to również świetne narzędzie do zbierania opinii od klientów, co pozwala na ciągłe doskonalenie oferowanych usług oraz produktów. Integracja tego programu z różnymi markami i kanałami dystrybucji umożliwia kompleksowe zrozumienie potrzeb klientów, co w rezultacie zaowocuje bardziej spersonalizowanym podejściem i zwiększeniem lojalności klientów wobec Totalizatora Sportowego.

Współpraca z partnerem NDLS:

Współpraca z NewDataLabs Partnerem Salesforce - była kluczowa do:

- Wdrożenia dedykowanego silnika lojalnościowego WinTo!, zaprojektowanego z myślą o unikalnych potrzebach Totalizatora Sportowego.
- Skutecznej integracji z pięcioma systemami zewnętrznymi, umożliwiającą przesyłanie danych w czasie rzeczywistym do platformy Salesforce.
- Tworzenia i rozwoju bazy klientów, umożliwiając spersonalizowaną komunikację w ramach strategii lojalnościowej w Marketing Cloud.
- Utworzenia kompleksowego repozytorium dla ukierunkowanych działań marketingowych.
- Optymalizacji przepływów pracy związanych z raportowaniem i dystrybucją danych przy wykorzystaniu narzędzia Tableau.

Wykorzystane narzędzia przy wdrożeniu programu lojalnościowego to: Salesforce Loyalty Management, Service Cloud, Marketing Cloud, Tableau.

Rezultat:

W efekcie solidnej relacji opartej na zaufaniu, NewDataLabs zrealizowało cele w niespełna 6 miesięcy. Jest to pierwsze w Polsce tak duże wdrożenie Salesforce Loyalty Management. Dzięki temu Totalizator Sportowy zyskał możliwość promowania spójnych produktów i usług, doskonalenie relacji z klientami oraz kreowanie spersonalizowanych doświadczeń dla każdego klienta.

Zespół konsultantów z NewDataLabs wniósł nie tylko swoją ekspertyzę w dziedzinie doradztwa, wdrażania i dostosowywania platformy Salesforce, ale również zaangażowanie w tworzenie innowacyjnych rozwiązań. Dzięki ogromnej wiedzy i wieloletniemu doświadczeniu w różnych branżach, firma NewDataLabs dostarczyła spersonalizowane i skuteczne rozwiązania, idealnie odpowiadające konkretnym potrzebom biznesowym Totalizatora Sportowego.