



Liseberg



FÖRVÄNTAN



Liseberg



Liseberg

Åsa Appelqvist, CRM chef



VÄLKOMNA!

FRÅN OSYNLIGT TILL DATADRIVET

VI SKA JOBBA MED CRM!

VILKET CRM VERKTYG SKA VI VÄLJA?

**VILKET CRM VERKTYG
SKA VI VÄLJA?**



Liseberg



3,2 MILJONER GÄSTER

Liseberg



60% OSYNLIGA GÄSTER

Liseberg

LISEBERG 2017 – VÅRT NULÄGE

- Starkt varumärke
- Generationsprodukt, gäst en livstid
- Datalager
- Trogen kundgrupp
- Segmenteringsmodell
- Bristande analys
- Digitala kanaler kontra analoga
- Manuellt arbete
- Osynliga gäster
- Ej identifierade kundresor

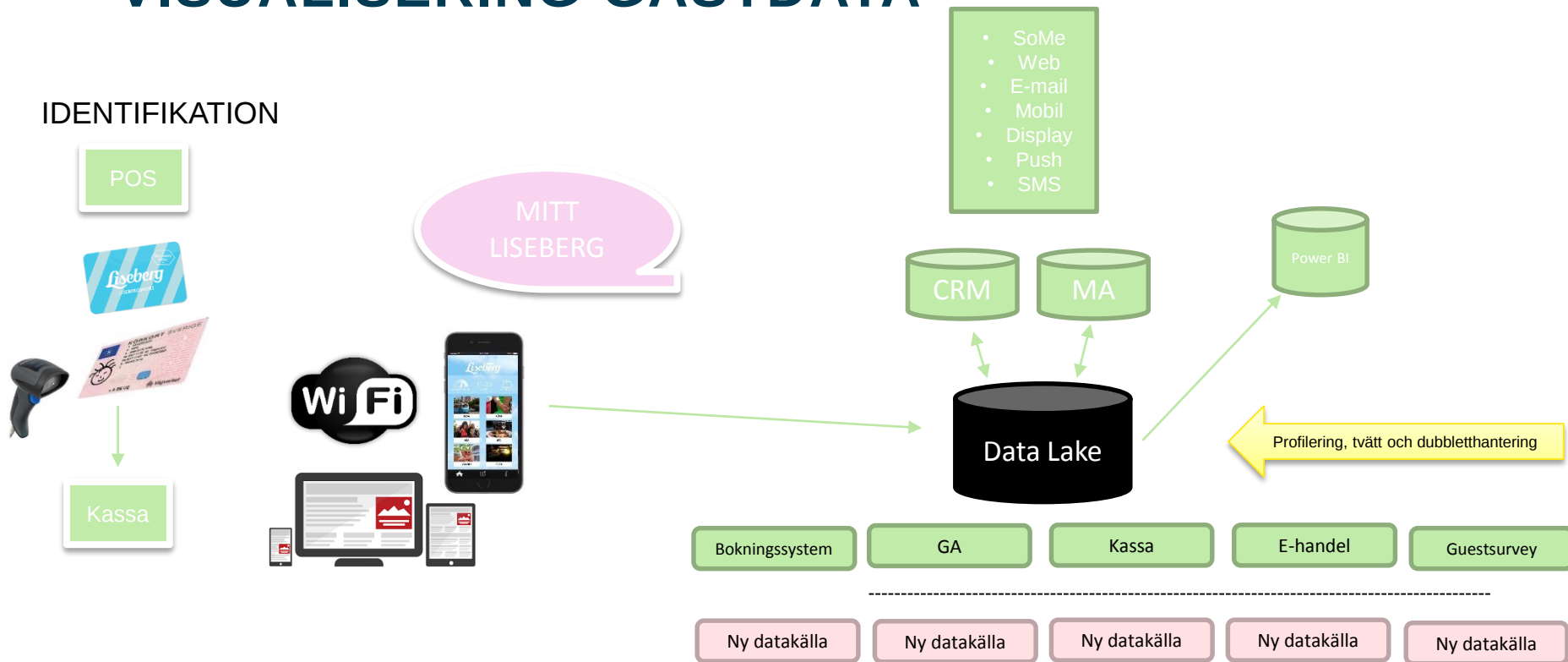
**ACCESS
ANALYS
ACTION
ACCEPTANCE**



Liseberg

VISUALISERING GÄSTDATA

IDENTIFIKATION



IDENTIFIERA GÄSTER

ÖKA AVTRYCKEN FÅ SAMTYCKE ACCESS

Endast 40%
identifierade
gäster



ÖKA IDENTIFIKATIONEN – FÅ SAMTYCKE

- Årskort (180,000)
- E-handel
- App (235 000)
- Wifi (250 000)
- SMS
- Lojalitetsprogram
- Värvning





Liseberg

SEGMENTERING & ANALYS

ADDERA 3:E PARTS DATA





VÅRT MÅL

”KOM SNART TILLBAKA!”

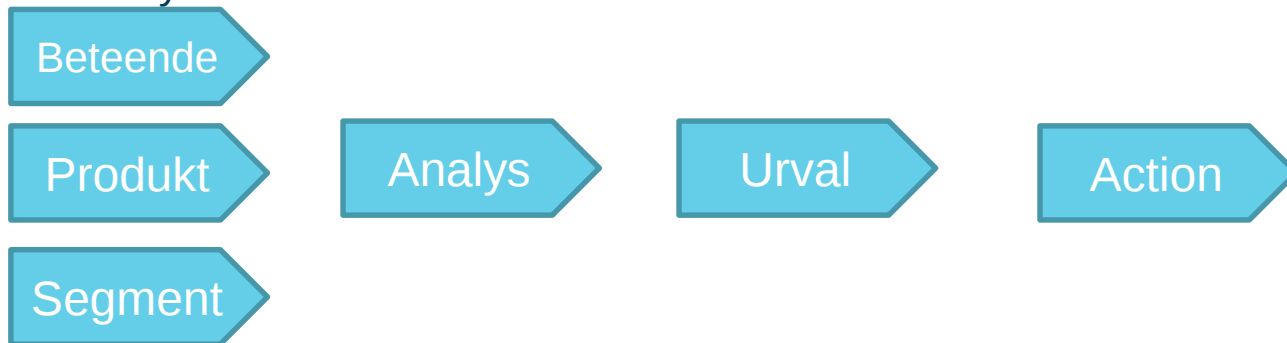
Få fler identifierade gäster som återkommer ofta, av olika anledningar, som stannar hos oss lite längre.

ACTION

**IDENTIFIERA KUNDRESOR
RELEVANT DIALOG
OPTIMERA
BYGGA RELATION**

BETEENDESTYRD RELEVANT DIALOG

- Relevans skapar trovärdighet. Trovärdighet bygger engagemang och relation. Relation ger lojalitet.
- Rätt kanaler för rätt tillfälle före, under och efter köpet; mejl, sms och pushnotiser via appen och wifi.
- Dialogen är beteendestyrad och enbart till identifierade användare med samtycke.



LOJALITETSPROGRAM, BONUSPROGRAM, KUNDKLUBB

HEJ MITT LISEBERG

OSYNLIGA GÄSTER

- Idag besöker de flesta av våra gäster oss helt "anonymt". Du kan som gäst besöka parken och stanna här en hel dag utan att lämna någon form av avtryck. Vi saknar därav identifikation på merparten av våra besökare.
- Vi har två gästgrupper där identifikation sker. Dessa två är **årskortsinnehavare** samt **de som genomför en transaktion och köp via vår e-handel**.

RELEVANT DIALOG

- Liseberg behöver kunna **prata mer direkt** (transaktionsbeteende), **personligt** (profilerat) och **relevant** (beteendebaserat).
- Dels för att kunna se vilka gästsegment som är mer benägna att komma en särskild dag och kunna fylla ”gapet” från luftig park till full park. **Men framförallt vill vi initiera och bygga en bestående relation till gästen och på så sätt stärka lojalitetsbanden och öka återköpsgraden.**

ETT KONTO SOM KAN VARA KOPPLAT TILL ETT
ÅRSKORT ELLER EN PROFIL

MITT LISEBERG



3,6 besök



8,7 besök



5, 8 besök

VÄGEN TILL ÅTERKOMMANDE GÄSTER

Vårt uppdrag är att ge våra identifierade gäster rätt anledning att komma tillbaka.

- **Access** till gästen. Samla data, öka datakvalitén.
- **Analysera** gästen. Segmenteringsmodell.
- **Aktivering** med gästen. Datadriven relevant dialog.
- **Acceptance** från gästen. Knyt dem till er.



SES SNART

TACK!

[@ asa.appelqvist@liseberg.se](mailto:asa.appelqvist@liseberg.se)

M 0738-000 238

Liseberg