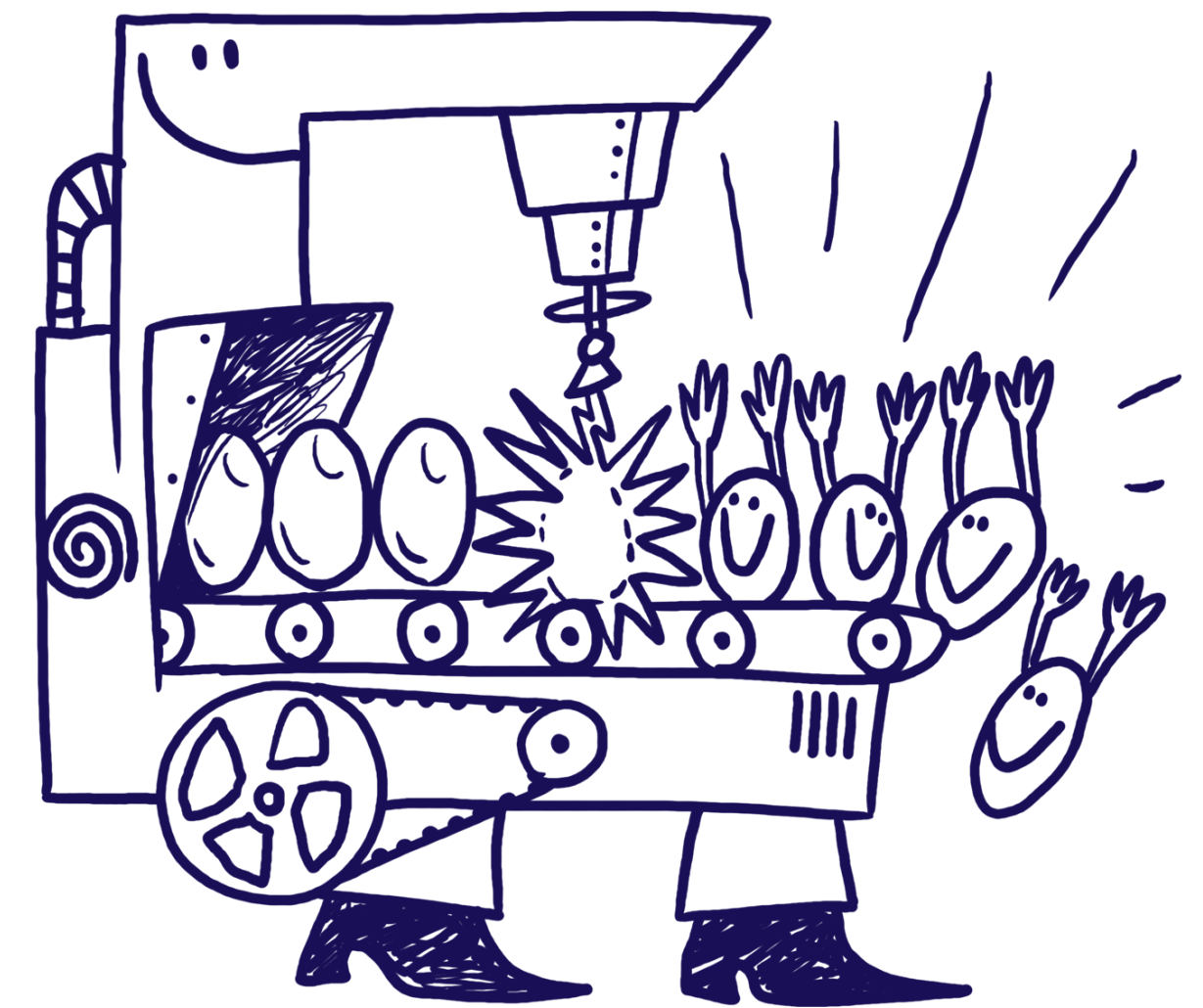


Gamification som leadgenerator og engagement dynamo på B2B

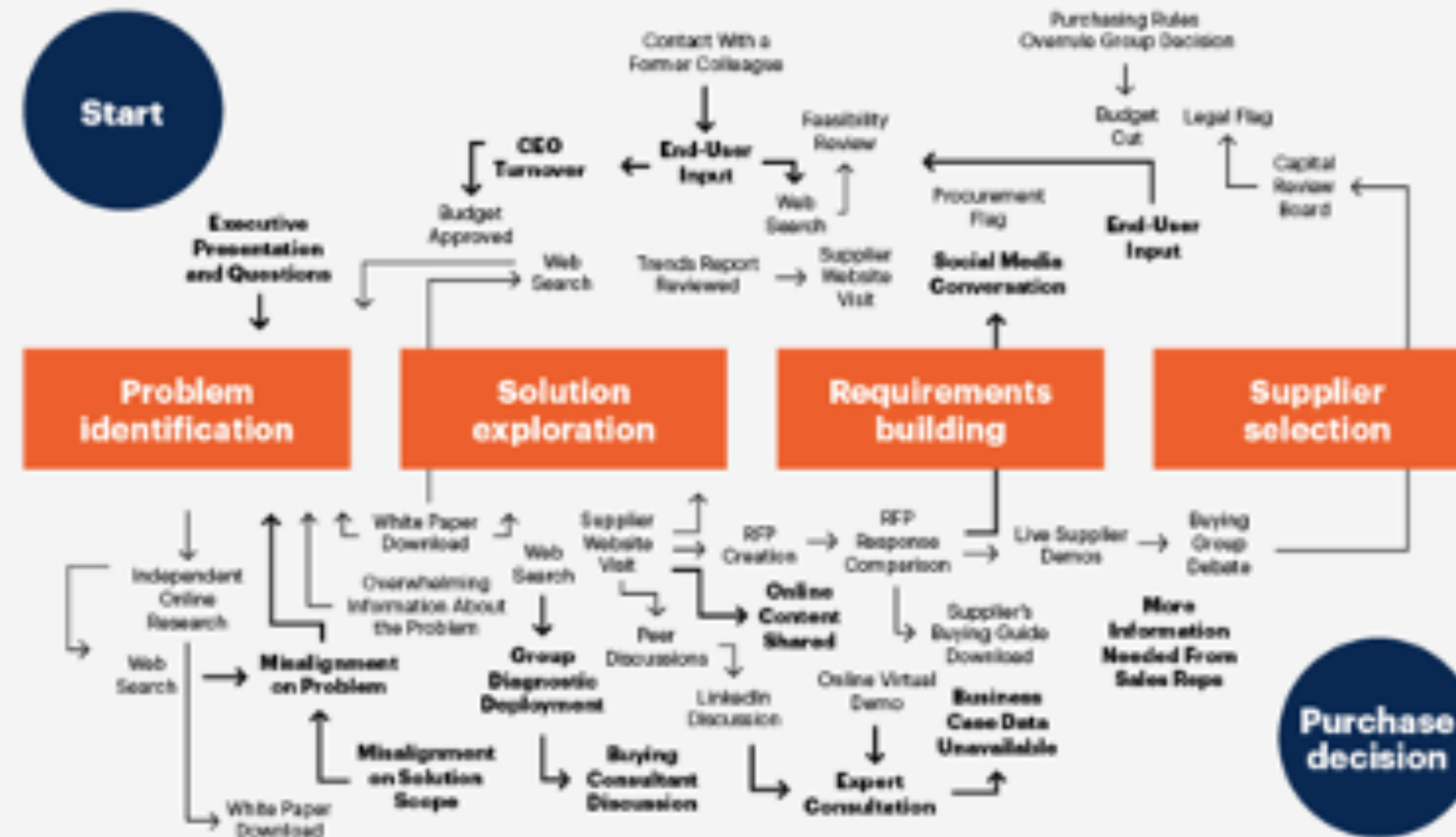
Andreas Fabricius
VP, Incubation & Emerging Markets
af@leadfamily.com



leadfamily

B2B processes er kompleks

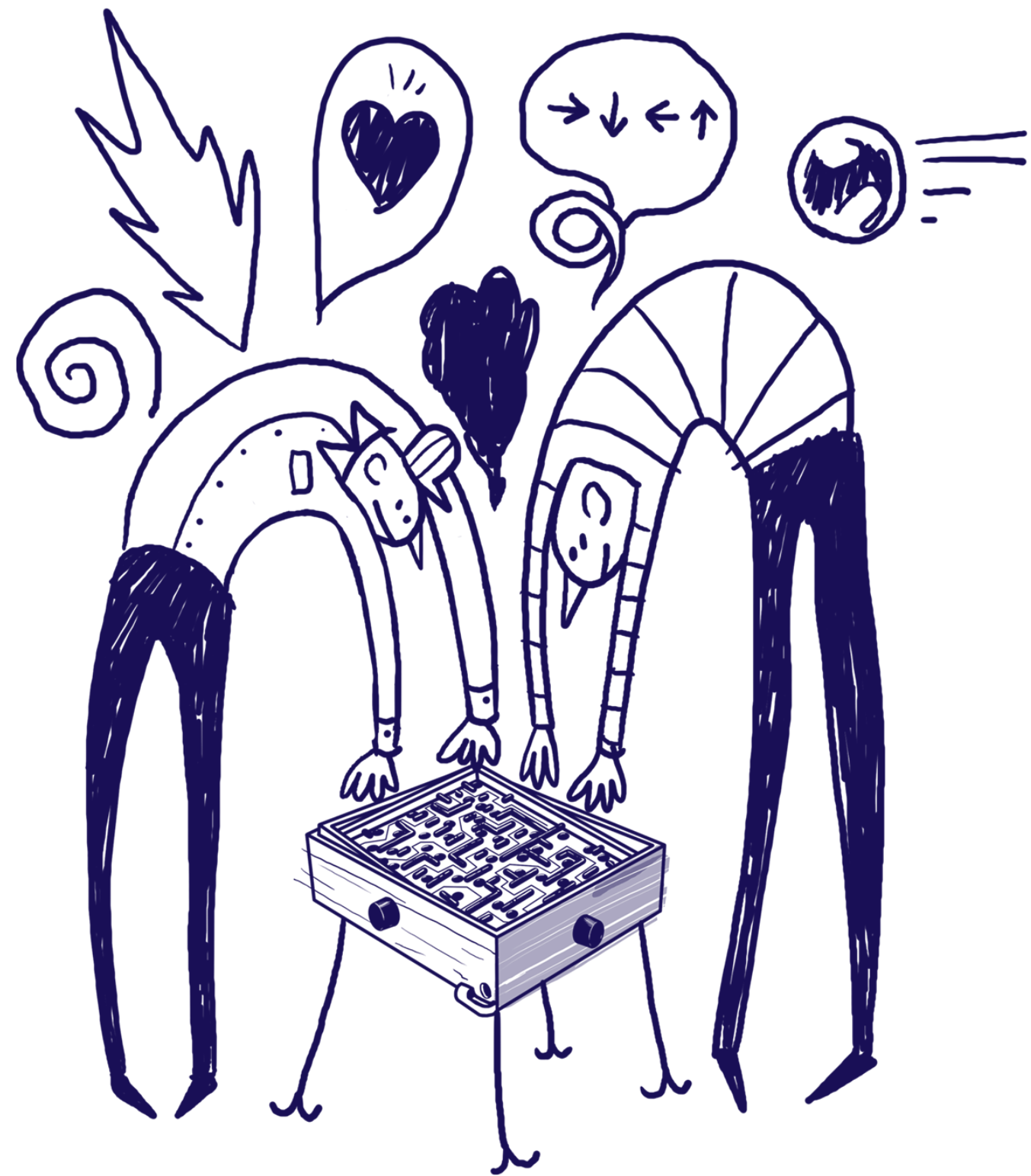
B2B buying journey Illustrative



Source: Gartner
© 2019 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Gartner.

leadfamily



**Op til 90% af B2B
købsrejsen foregår
inden første kontakt**

**B2B er også
mennesker**



**Viden om produktet har
kæmpe betydning**



Are you the best installer in town?

Play the hydronic balancing game!

With the Grundfos World Championship on the horizon, we've created a couple of challenging games to test your skills. In this game, you've got 90 seconds to place the Grundfos ALPHA2 steps in the correct order as if you were performing a hydronic balancing. Just drag a square to a specific space, but remember, you can only drag one square at a time. Do you have what it takes to be a true ALPHA2 hero?

The games are exclusively for professional installers. When you fill in the information below, you'll automatically be enrolled to Grundfos for Installers. It is a condition for this enrolment that you accept the below marketing permission.

Register here to play the game.

Name

E-mail

Company

Yes, I want to enroll to Grundfos for Installers and receive personalised information about news, tools, products, applications, events and promotions from Grundfos Holding A/S, Denmark, and



I stedet for at føle sig markedsført til, kan det rigtige spil **engagere kunderne** i en opgave.

Mens kunden gennemgår spillet, kan vi **dele beskeder og information** når det er **autentisk og personligt**.



A blue-tinted portrait of Johan Huizinga, a Dutch historian and cultural theorist, looking directly at the camera. The portrait is partially obscured by a white curved shape on the right side of the image.

**“Vi spiller, fordi det er en del
af vores natur og DNA”**

— Johan Huizinga
Tysk historiker og kultur-teoretiker

Styrken ved gamification i marketing

Hardwired

Mennesker er kodet til at nyde spil og at konkurrere

Source: Gartner



Huske

Spil får målgruppen til at udløse dopamin i hjernen, hvilket får brands til at blive husket i større grad

Source: Nicolas Babin

DOSE

Vores hjerne længes efter disse kemikalier (Dopamine, Oxytocin, Serotonin, & Endorfiner) og de påvirker vores lykke

The **5** Game Mechanics



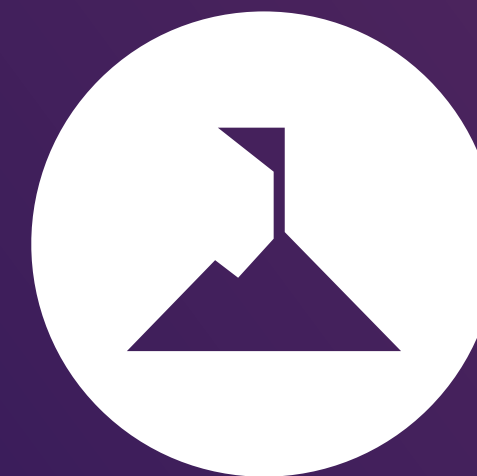
Konkurrere



Have det sjovt



Spejling



Udfordring



Belønning

The 5 Game Mechanics



Konkurrere

Er du nogensinde blevet så fordybet i øjeblikket, når du konkurrerer om at vinde?



Have det sjovt

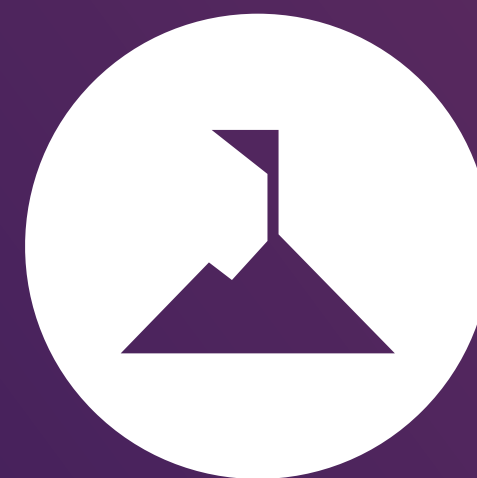
Glemmer du nogle gange tiden, når du har det sjovt?



Spejling

Har du nogensinde taget en quiz, der fortæller dig om dig selv?

Samtidig med at den viser dig, hvordan du er sammenlignet med andre?



Udfordring

Kan du lide at udfordre dig selv for at blive bedre?



Belønning

Får det dig til at holde mere af et brand, hvis du bliver belønnet?

...Også i B2B



Tid tilbragt sammen med publikum

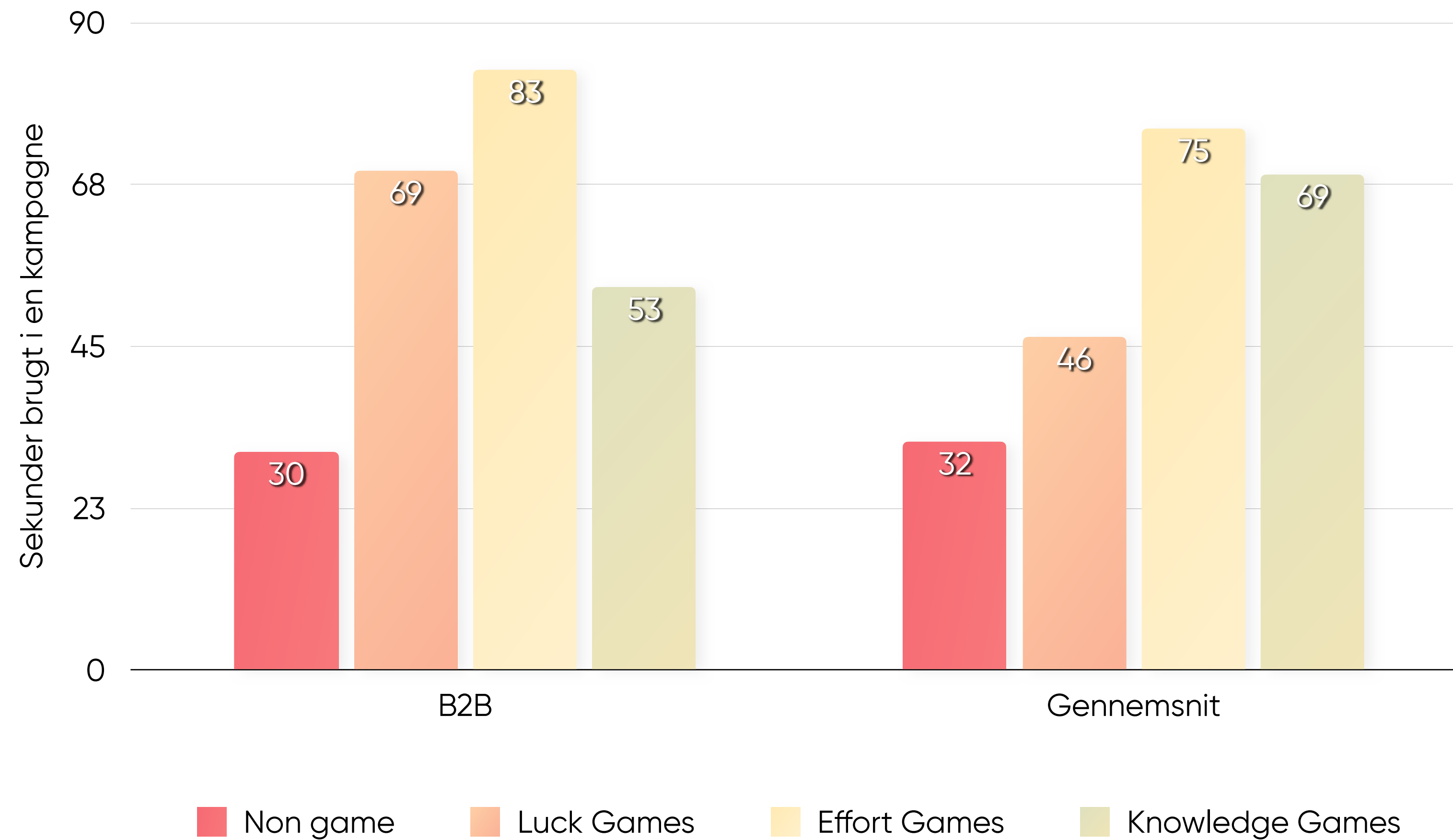
Antallet af sekunder, hver bruger bruger i kampagnen fra den første 'handling i spillet' indtil den sidste flowside er nået.

Bemærk: da vi ikke begynder at spore tid, før den første handling er udført, og stopper, når den sidste flowside er nået, er dette tal alt andet lige undervurderet.

60 sekunder

Gennemsnitlig tid brugt i spilkampagner i **B2B branchen**

Sammenligning: Gennemsnitlig tid brugt på tværs af spilkategorier



Brand awareness – B2B

Udfordring:

- Vinde opmærksomhed, fremme engagement og påvirke køberadfærd.

Løsning:

- Øge deres partnerskabsinitiativer, skabe dybere engagement med deres publikum, og sammenkæde deres brand- og partneraktiviteter
 - Big Brother, Suomi
 - World Wildlife Fund

Big Brother

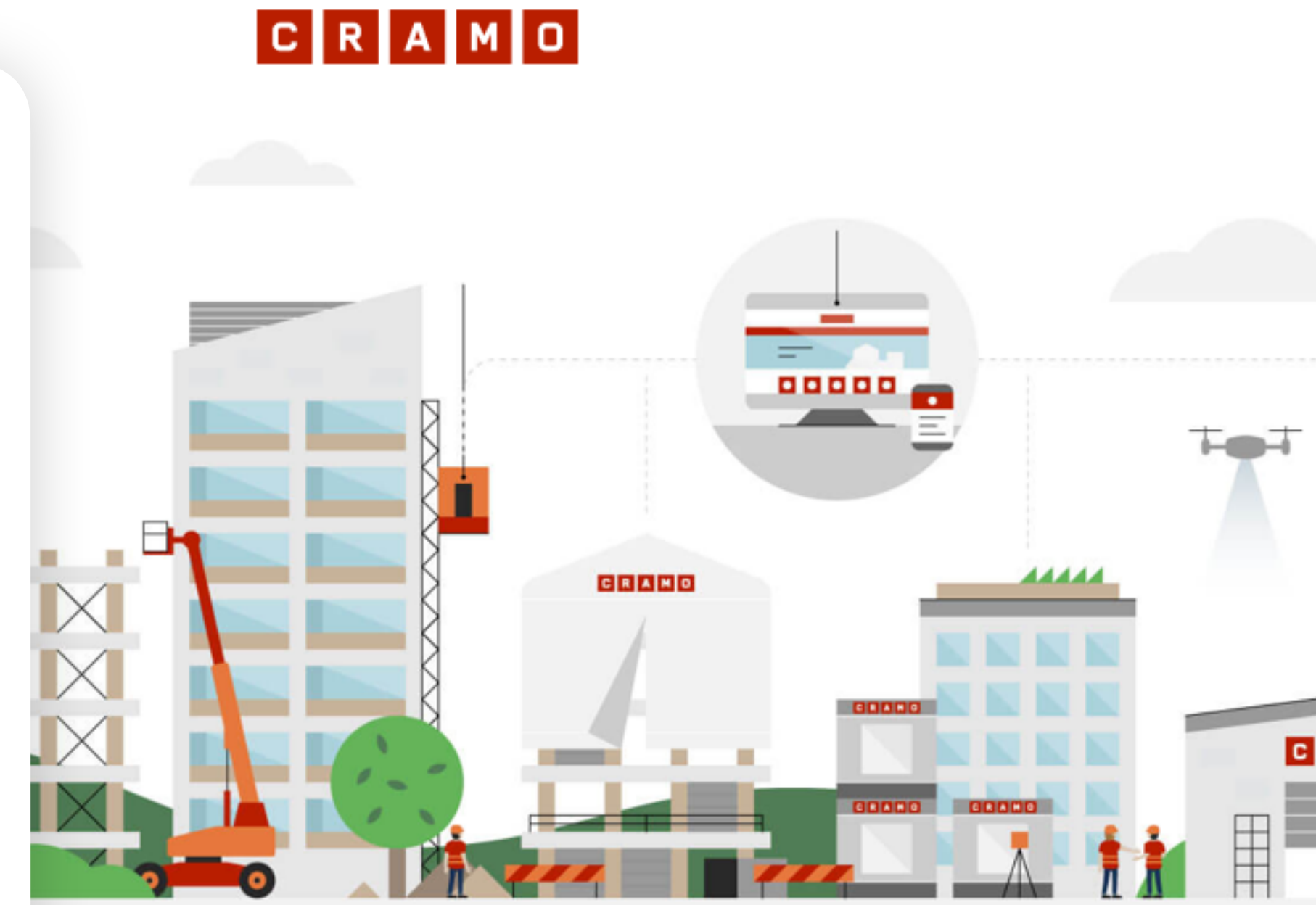
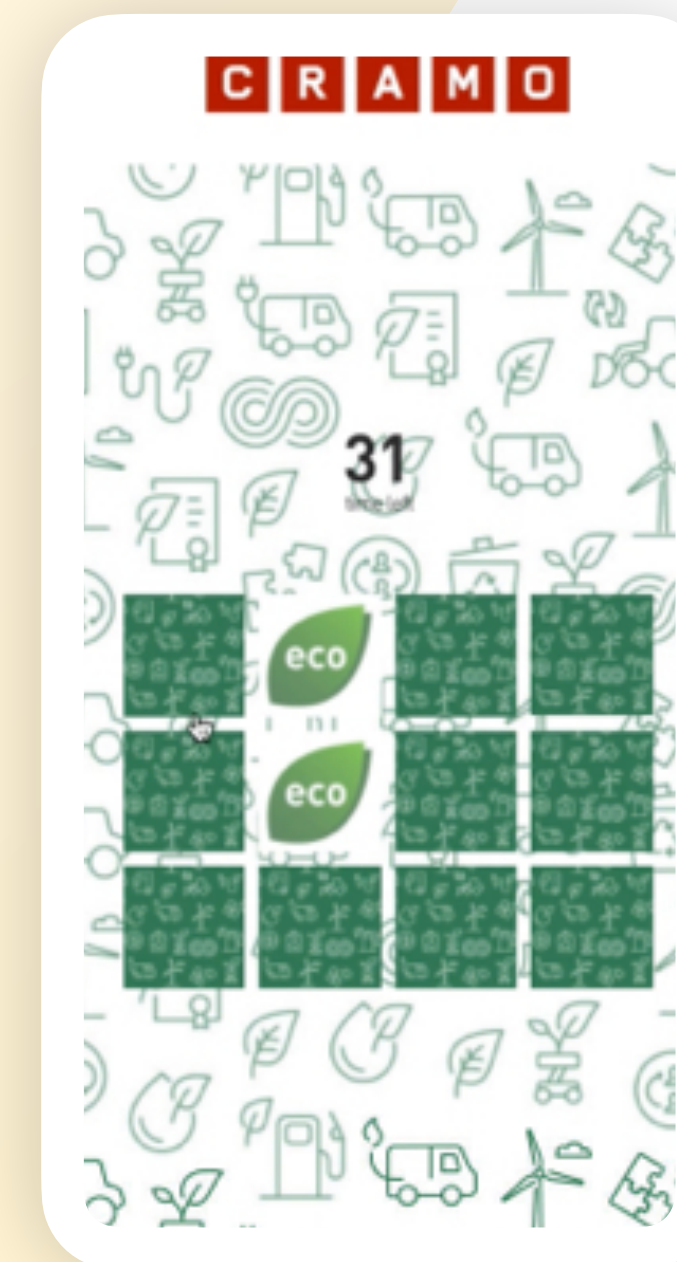
01:12

Gennemsnit tid per
spilkampagne

World Wildlife Fund

01:53

Gennemsnit tid per
spilkampagne



Hvordan får vi nye leads?

Udfordring:

- 50.000 varer i sortiment
- Ikke stor tradition for e-commerce
- “Gammel målgruppe”

Løsning:

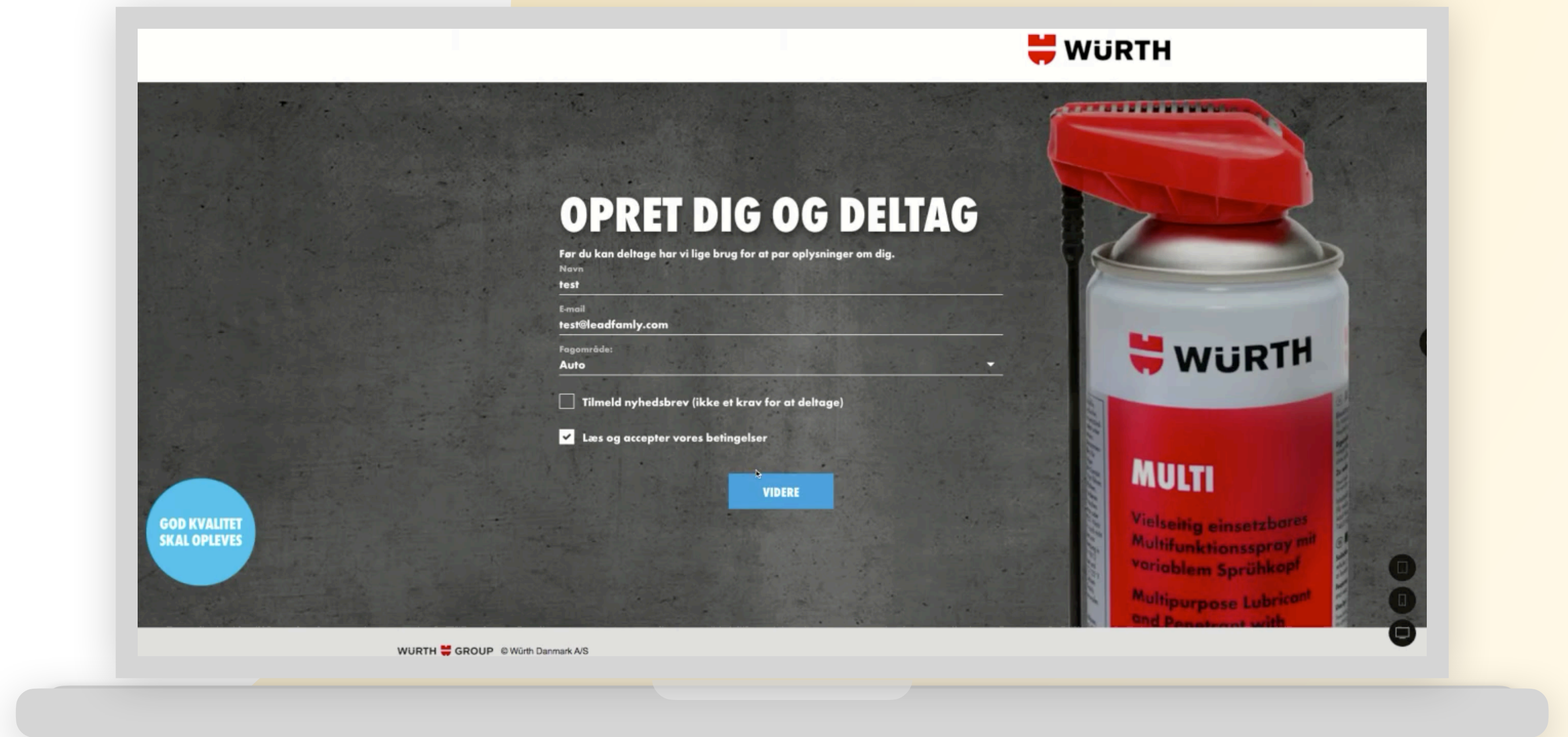
- Snake game (Nokia 3210)
- Pop-up: 25% af alle interaktioner i pop-up
→ ordre i webshop

800+

Email tilmeldinger

25%

Af alle interaktioner
blev omdannet til online køb



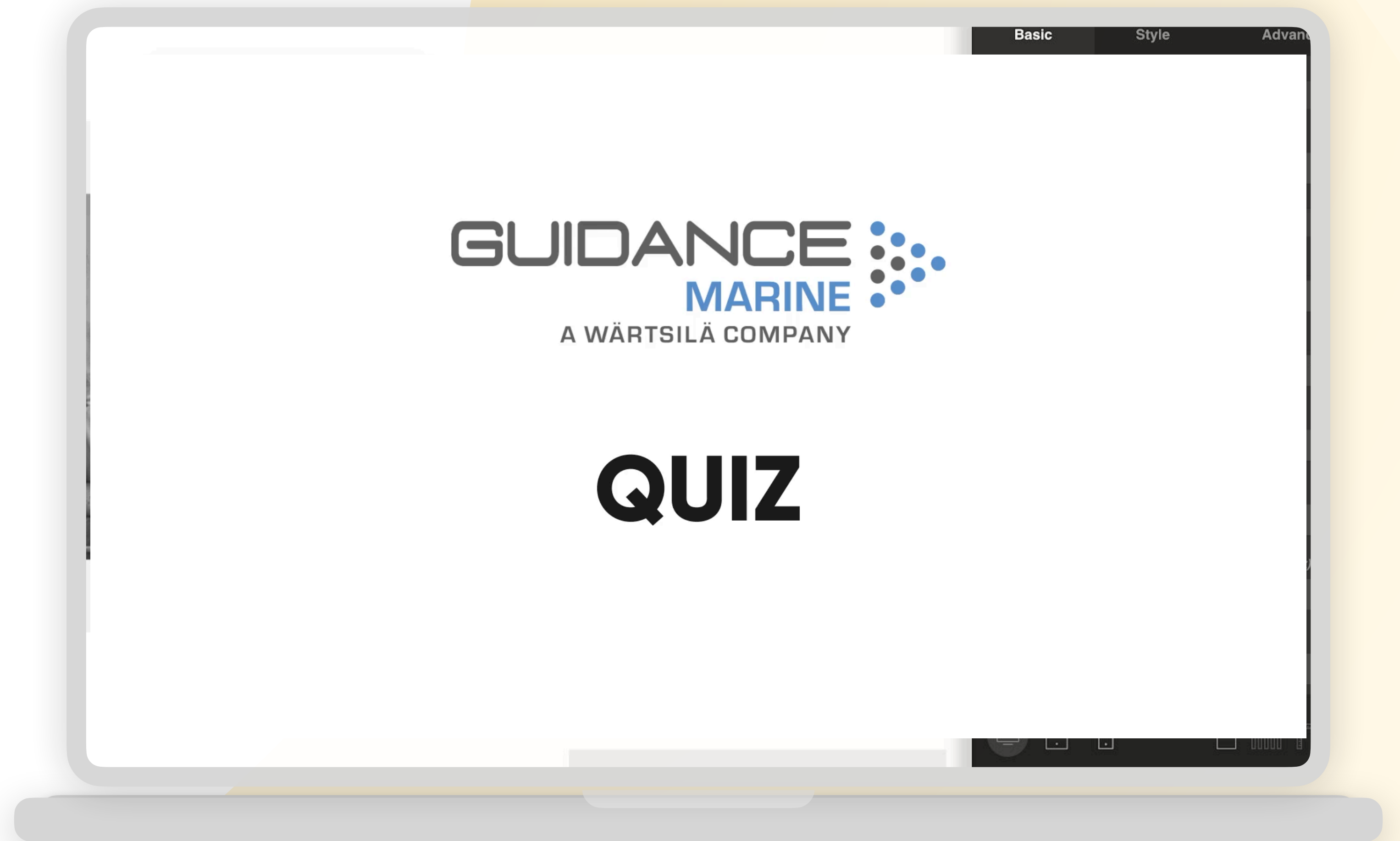
Omdanne leads til kunder

Udfordring:

- Meget kompleks produkt og niche marked
- Købere har brug for meget viden om produktets USP

Løsning:

- Level quiz med spørgsmål indenfor den bestemte niche
- Større viden om produktet og hvordan det løser køberens bestemte udfordring.



Forbedre service tilbud

Udfordring:

- Uddanne og formidle de tekniske detaljer i Wärtsiläs produkter og tjenester
- Forstå kundernes situation og dermed forbedre service.

Løsning:

- 'Scratchcard', der gjorde det muligt for dem bedre at forstå fremtidige servicekrav for flådens køretøjer og fartøjer.

600

Kunder i kampagnen
I den første måned

200

Kunder loggede deres
'Running Hours' for at
understøtte bedre service
af fartøjer



Mere viden om målgruppen

Udfordring:

- Danfoss ville gerne vide mere om deres kerne målgruppe, samtidig med at undersøge hvilke daglige udfordringer de står med.

Løsning:

- 'Personlighedstest', der spurgte ind til hvorfor de valgte at blive installatører.
- First party data indsamling.

44,1%
Deltagelsesprocent

2:23
Min. Per besøg

73,2%
Click through rate

ENGINEERING
MORROW

What type of installer are you?

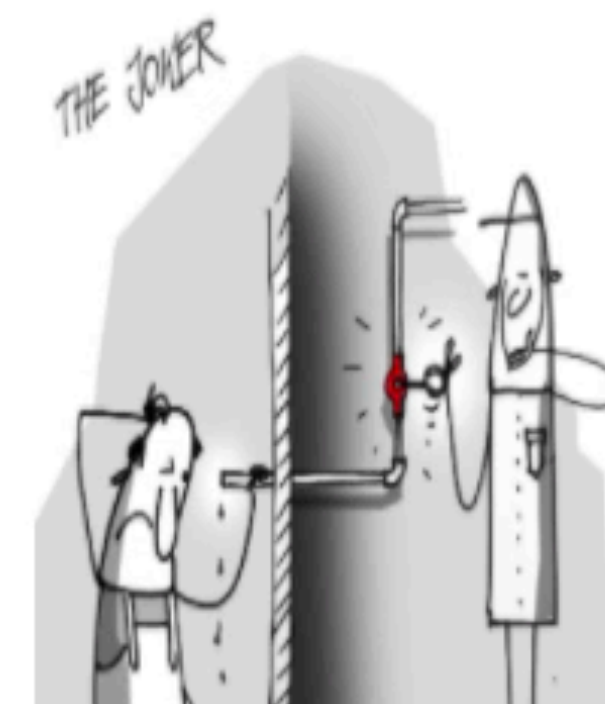
Take the test and find out your result. When you are done we give you some advice on how to make installer life easier and you get a chance to win a **drone!**

Why play? Because being an installer is not just about hard work – it's also a lot of fun.

And what's funnier than beating your colleagues?
Flying a drone might be, and that's why the luckiest gamer will win one.

Test yourself now!

Start game



Ind på nye markeder

Udfordring:

- Opbygge brand awareness på andre fokusmarkeder: Frankrig, Tyskland, Norge, Sverige, Schweiz og andre engelsktalende markeder.

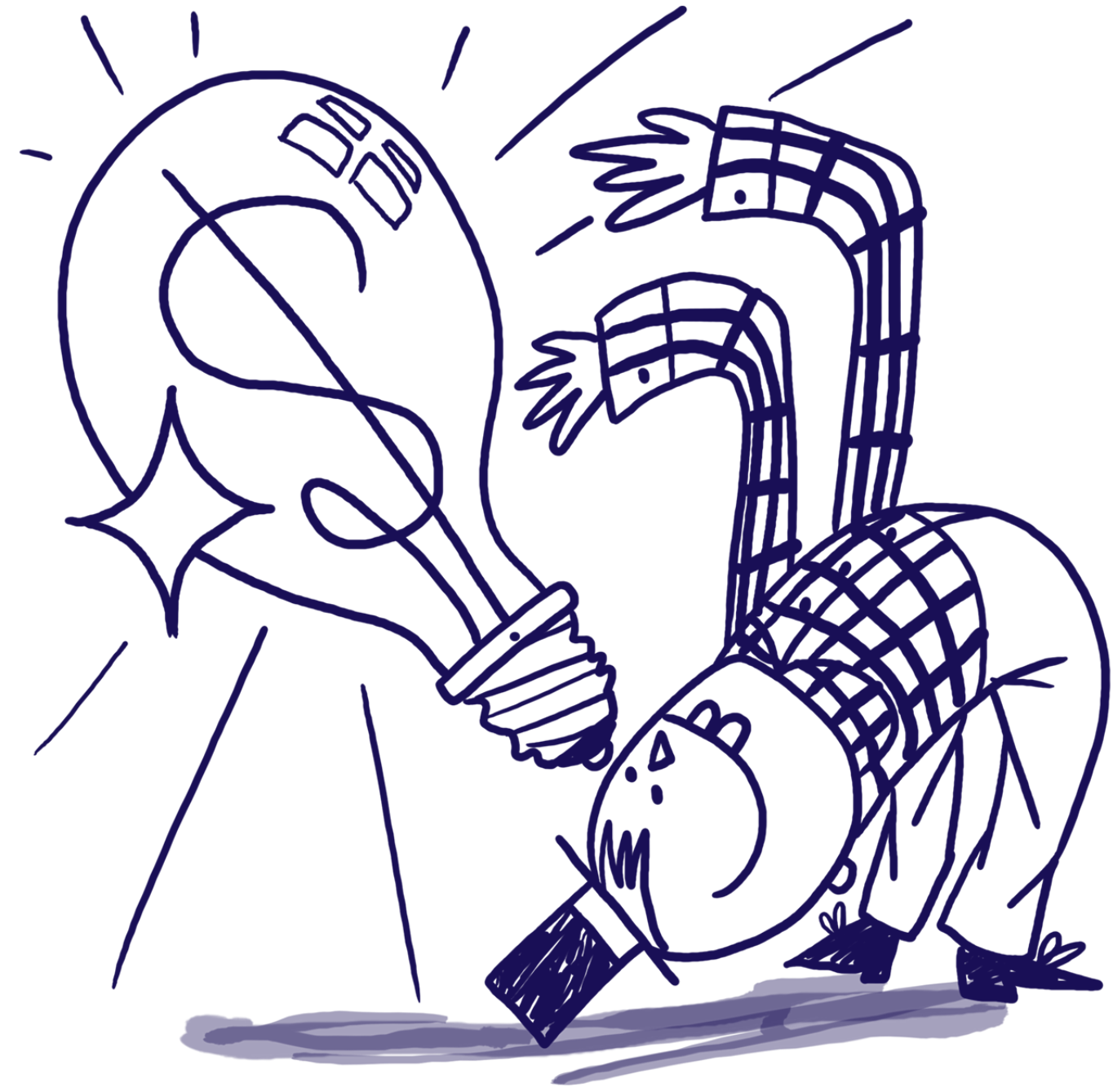
Løsning:

- Montana byggede en quiz for at drive trafik til deres Home katalog, og samtidig indsamle nye e-mail tilladelser.
- Quizzen bestod af tre spørgsmål, og svarene kunne findes ved at kigge i kataloget.

Montana



The prize was one of their popular bedside tables



Key Takeaways



Hvis vi gør fordelene ved marketing mere relevante og rettidige - er det en win-win for vores kunder og os.

Anvendelsen af spillemekanikker gør det muligt for enhver virksomhed i enhver branche, hvor som helst i verden, at få, beholde og vokse kunder på tværs af kunderejsen.

B2B er stadig mennesker - uanset om målgruppen er projektledere eller almindelige forbrugere, er udfordringen for enhver marketingmedarbejder den samme

