

Betset

Betset 2.0

Uuden ylivoiman kaupallistaminen

Brande Oy, 10.2.2020



Taustaa, tavoitteita

Brande toteutti Betsetille uuden liiketoiminnan kehitysvaiheen 1.0, jossa kiteytettiin yrityksen ylivoimatekijät. Samalla muotoiltiin Betsetin näkemystä sekä vahvistaa nykyistä että luoda uutta liiketoimintaa digitaalisen palveluympäristön avulla.

Seuraavassa vaiheessa tavoitteena on varmistaa strategisen päämäärän, alan parhaan digitaalisen palveluympäristön kaupallistaminen. Tavoitetta tuetaan myynnin, markkinoinnin ja viestinnän tehokkaalla yhteisellä kehitystyöllä sekä kirkastamalla Betsetin brändiä. Alan digitaalisen keskustelun ohjaamiseksi suunnitellaan Betsetin mediakonsepti.

1.0

Kuvan kirkastus,
Betsetin ylivoiman
kiteytys

Asiakasymmärryksestä
palvelukonseptiksi

2.0

Ylivoiman
visualisointi ja
kaupallistaminen

Ylivoimasta puhevaltaan:
oman huomioarvon
maksimointi

3.0

Älykkään
ympäristön
kehittäminen

Oma palvelualusta, uudet
teknologiat

Projektin johtaminen ja edistäminen kehitystiimeissä

Betset
2.0

Ylivoiman kaupallistaminen, iso kuva

Ohjausryhmä, Brande + Betset

Myynti

Brande + Betset myynti

Ylivoiman myyminen

- Myynnin malli
- Myyntimateriaali
- Myyntivalmennus

Markkinointi ja viestintä

Brande + Betset markkinointi

Ylivoiman kommunikointi

- Brändiohje
- Sisältöstrategia
 - Yleisön määrittäminen
 - Teemat
 - Kanavat
 - Sisällöt
- Juhlavuosi 2020
- Sisäinen viestintä

Tuotekuvaukset, hyödyt kohderyhmittäin, avainargumentaatiot myyntiin, markkinointiin ja viestintään

Tekninen tuotekehitys: Digitaalisen palveluympäristön vaiheistus ja kehitystyö (joka 2. viikko)

Betset
2.0

Ylivoiman kaupallistaminen, iso kuva

Ohjausryhmä, Brande + Betset

Kehitystyön tueksi määritetään ohjausryhmä, joka koostuu eri kehitysalueiden johtavista avainhenkilöistä. Ohjausryhmän tehtävänä on **pitää huolta ison kuvan ehjästä rakentumisesta** ja varmistaa, että koko kehityskuva on kaikilla avainhenkilöillä sama.

Kehitystyö toteutetaan bisnesmuotoilun keinoin **asiakkaita ja sidosryhmiä osallistaen**. Käytännön kehitystyötä tehdään yhteisissä työpajoissa, jotka Brande fasilitoi. Brande auttaa lisäksi Betsetin vastuhenkilöitä käytännön kehitystyössä sparraten ja mentoroiden. Brande valmentaa Betsetin myyjät uuteen ajatteluun ja toimintamalliin.

Betsetin johtoryhmän ja jokaisen tiimin kanssa pidetään erilliset työpajat, kolme kullekin, eli yhteensä 6. Mentorointipäiviä resursoimme puolet tästä eli yhteensä 6 sekä integroidumme mukaan teknisen tiimin joka toinen viikko oleviin palavereihin.

Betset
2.0

Ohjausryhmän ja kehitystiimien osallistujat

Ohjausryhmä: Mika Löytönen, Lasse Happonen, Tiina Löytönen,
Juha Vasara, Saila Ukkonen, Markku Räisänen, Jouko Vähätalo

Myynti: Juha Vasara + myyntitiimi

Markkinointi/viestintä: Saila Ukkonen, Tiina Löytönen, Jouko Vähätalo

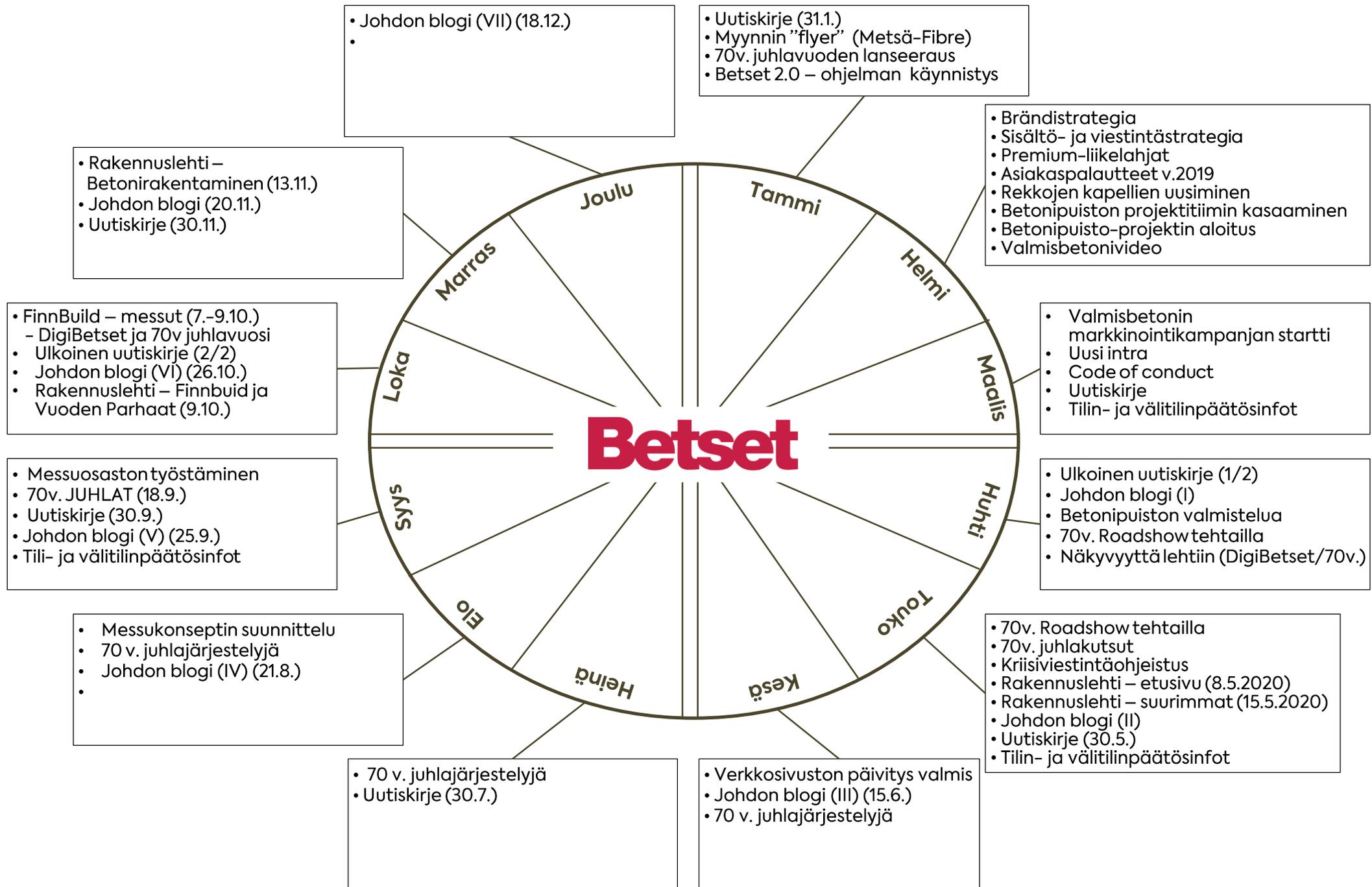
Tekninen tiimi: Markku Räisänen, Sami Hautamäki, Esa Kyrönlähti, Jarno Lillvis

**Betset
2020**

Markkinoinnin pääteemat

- 1) **DigiBetset**
- 2) **70v. juhlavuosi ja siihen liittyvät asiat**
- 3) **Työnantajamielikuvan kehittäminen**
- 4) **Ympäristöasiat ja hiilineutraalius**
- 5) **Eettisyys, laatu ja turvallisuus**

Yllä mainitut teemat huomioitava uutiskirjeissä läpi vuoden sekä sisäisissä että ulkoisissa uutiskirjeissä ja johdon blogeissa yms.



Myynti

Brande + Betset myynti

Tavoitteet

Brande rakentaa Betsetin johdon ja myyntitiimin kanssa uuden ylivoiman mukaisen myynnin mallin ja auttaa onnistumaan tuloksekkaassa ja asiakaslähtöisessä myyntityössä.

Konkreettiset tuotokset ja niiden sisällöt

1. **Myynnin malli:** tarvelähtöiset asiakasprofiilit, tuotteistettu tarjooma ja tapa palvella asiakasta, myynnin systeemi sekä visualisoitu myynnin prosessi.
2. **Myyntimateriaali:** koottu myyntiaineisto (ppt), joka voi koostua elementeistä, kuten avaavasta tekstistä, valokuvista, kaavioista, laskentamalleista, havainnollistavasta grafiikasta ja liikkuvasta kuvasta. Myyntimateriaali tarjoaa Betsetin myyjille tunne- ja ratiovaikuttamisen keinoja.
3. **Myyntivalmennus:** perehdytetään myyntitiimi uuteen myynnin malliin, luodaan uutta ymmärrystä sekä muutetaan ajattelua ja toimintaa valmennuksien ja käytännön harjoitusten avulla.
4. **Sisäisten kouluttajien valmennus:** valmennetaan Betsetin valitsemat henkilöt sisäisiksi kouluttajiksi, jotka vastaavat jatkossa että koko Betsetin henkilöstöllä on tieto-taito toimia ja viestiä uutta Betset-tarinaa sekä perusosaaminen Betset Connectorista.

Kehitystiimi

Brande asiantuntijat +
Betset myynnin avainhenkilöt



Juha Vasara



+ myyntitiimi

Lopputuotokset



Asiakasprofiilit



Myynnin malli



Myyntiesitys (ppt) ja
koulutusmateriaalit



Valmennettu myyntitiimi ja
sisäiset coachit

Myynti: Myynnin valmennuksen malli



Lähtötilanteen varmistus

- Mikä on nyt toisin ja miksi?
- Markkinan muutos
- Myynnin ydinviestit
- Oma ylivoimamme ja sen kommunikointi

Uudelleenohjelmointi

- Uuteen myyntikonseptiin perehtyminen
- Betsetin tarinan haltuunotto
- Tehostettu myyntiprosessi
- Myyntikäynnin harjoittelu

Käytännön oppiminen

- Uuden systeemin pystytys
- Myynnin pilotointi
- Myyntikäynnit ja niiden analysointi
- Myynnin johtaminen

Markkinointi

Brande + Betset markkinointi

Tavoitteet

Brande rakentaa Betsetin johdon ja markkinointitiimin kanssa Betsetille uutta ylivoimaa kuvaavan tarinan, visuaalisen ilmeen ja äänensävyyn sekä niitä tukevan verkkosivuston.

Konkreettiset tuotokset ja niiden sisällöt

- Brändiohje 2.0:** nykyisen ohjeiston pohjalta kirkastettu Betsetin brändiohje, joka kuvaa mm. Betsetin tarinan ja ylivoiman sekä tarkennetun visuaalisen tyylin ja kuvamaailman. Määrittää digitaalisen palveluympäristön brändäyksen ja suhteen Betset emobrändiin. Ohjekirja auttaa luomaan merkitystä sisäisesti ja ulkoisesti sekä yhtenäistää tulevaisuuden markkinointia.
- Verkkosivusto 2.0:** Betsetin kirkastettu brändi viestittää verkkosivuston päivityksen avulla, joka kuvaa uuden ylivoiman sekä erilaistaa Betsetin alan muista toimijoista. Se tukee asiakkaan ymmärrystä Betsetin ylivoimasta sekä tarjoaa polun asiakkuuteen.

Kehitystiimi

Brande asiantuntijat +
Betset markkinoinnin avainhenkilöt



Tiina Löytönen



Saila Ukkonen



Jouko Vähätalo

Lopputuotokset



Brändiohje 2.0



Verkkosivusto 2.0-päivitys

Viestintä

Brande + Betset viestintä

Tavoitteet

Brande rakentaa Betsetin johdon ja viestintätiimin kanssa Betsetille uutta ylivoimaa vahvistavan mediakonseptin, jolla kiinnitetään sekä huomio että ohjataan keskustelua toimialalla. Media yhdistää myynnin, markkinoinnin ja viestinnän yhdeksi kokonaisuudeksi, joka tukee sisäistä ja ulkoista vaikuttamista. Samalla linjataan juhluvuoden 2020 esiintyminen.

Konkreettiset tuotokset ja niiden sisällöt

- Mediakonsepti:** Mediakonseptin avulla tunnistetaan alan keskusteluympäristö ja eri sidosryhmien tarpeet sekä luodaan työkalut siihen vaikuttamiselle. Betset-median kautta tuodaan esiin haluttuja teemoja, jotka tukevat edelläkävijä-, asiakaspalvelu- ja työnantajamielikuvaa. Betset-media toimii myös sisäisen viestinnän alustana.
- Betset 2020 Booklet:** Booklet on osa laajempaa mediakonseptia ja varmistaa että juhluvuoden tapahtumat tukevat strategisia tavoitteita. Booklet toimii ohjeena juhluvuoden viestinnän, mediaesiintymisten, tapahtumien jne. käytännön toteutuksille.

Kehitystiimi

Brande asiantuntijat +
Betset viestinnän avainhenkilöt



Tiina Löytönen



Saira Ukkonen



Jouko Vähätalo

Lopputuotokset

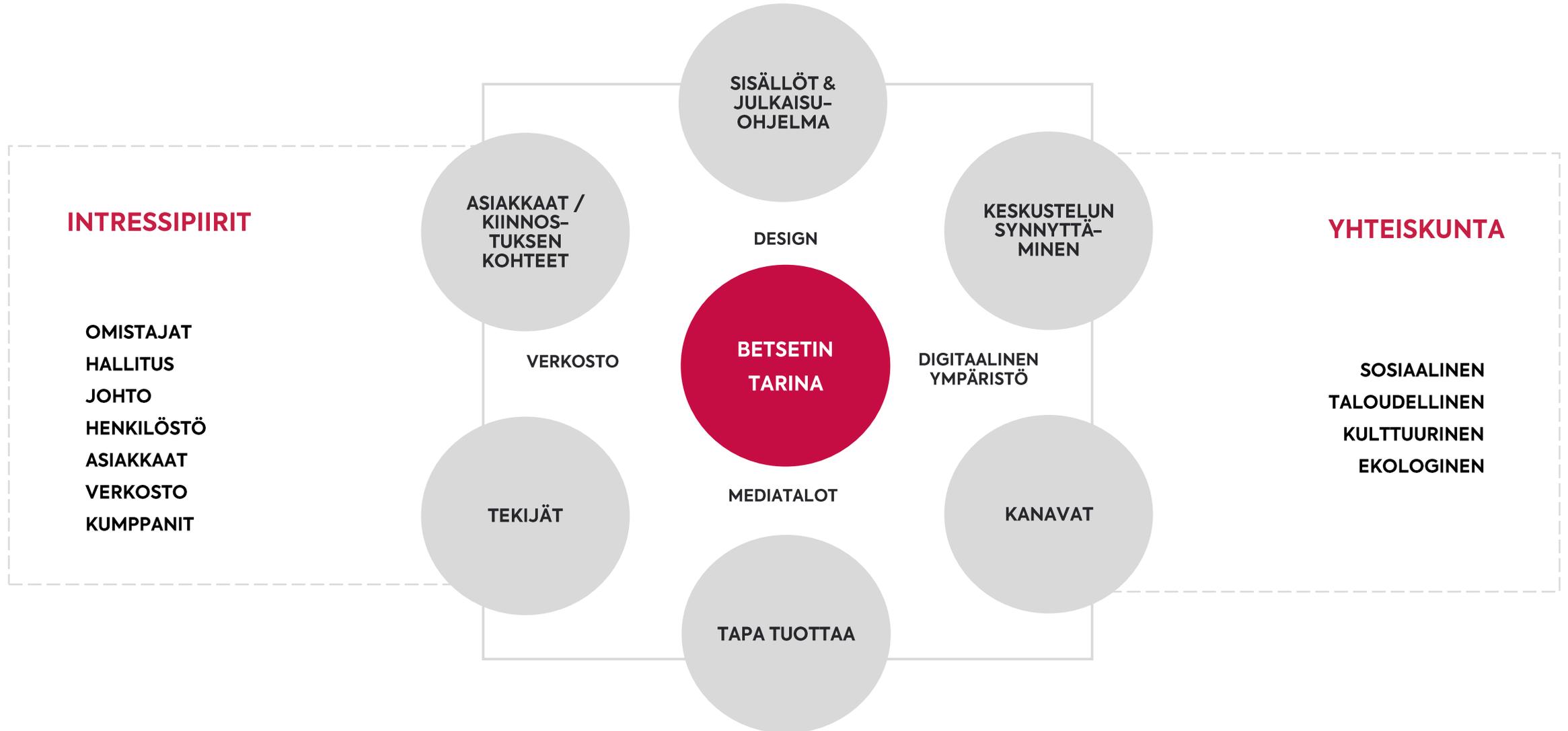


Mediakonsepti



Betset 2020 Booklet

Viestintä: Mediakonseptin malli



Tekninen tuotekehitys

Tuotekehitystiimi, Brande + Betset

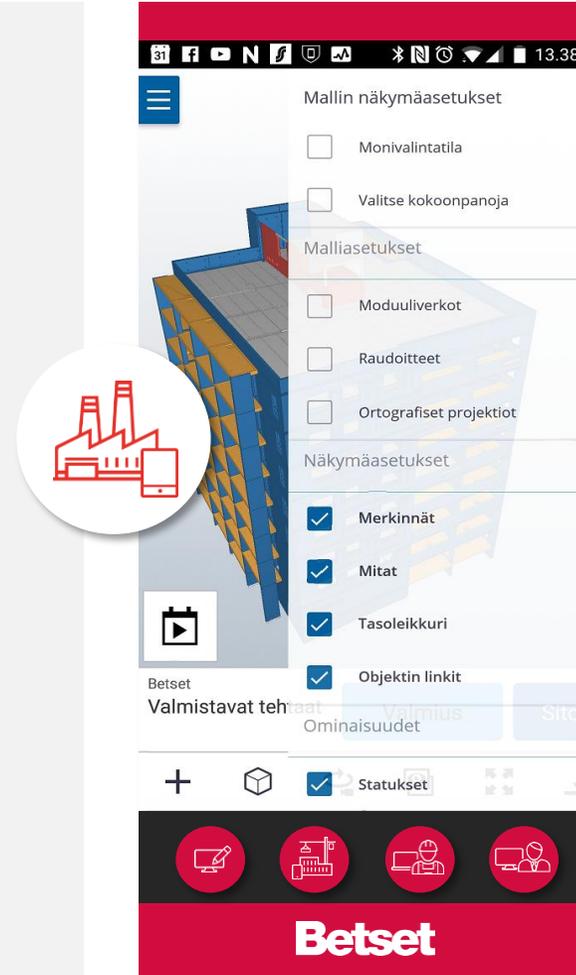
Tavoitteet

Brande toimii Betsetin digitaalisen kehitystiimin tukena ja edistämässä erityisesti palveluympäristön kaupallisuuteen ja käytettävyyteen liittyvissä tekijöissä.

Lisäksi Brande on varmistamassa, että teknisen ympäristön hyödyt ja avainargumentaatiot saadaan kuvattua sekä myynnin, markkinoinnin että viestinnän hyödynnettäviksi.

Kehityksen osa-alueita mm.

- käyttäjäkokemus
- käyttöliittymäsuunnittelu
- palvelumuotoilu
- digipalvelun tuotteistamisen tuki



Kehitystiimi

Brande asiantuntijat +
Betset digikehityksen avainhenkilöt

-  **Markku Räisänen**
-  **Sami Hautamäki**
-  **Esa Kyrönlahti**
-  **Jarno Lillvis**

Branden Betset-tiimi

Anne Mäkinen
Projektinjohto ja
kokonaisuuden hallinta



Ile Laine
Videotuotanto ja kuvat



Sami Kuusisto
Brändistrategia ja brändin
kehitys, markkinointi- ja
myyntimateriaalit



Vesa Leppänen
Digitaaliset palvelut ja
BetsetConnector-kehitys



Tommi Toikkanen
Brändi ja visuaalinen ilme,
markkinointimateriaalien
tuottaminen



Annika Rantanen
Sisältöstrategia ja viestintä
Käsikirjoitus



2.0 kehityksen vaiheistus ja kustannukset

Vaihe 1 Valmis 04 / 2020

Kaupallistamisen iso kuva ja brändin kirkastus

Ensimmäisessä vaiheessa toiminnassa korostuu ohjausryhmän rooli. Työn aikana luodaan mallit, tavoitteet ja mittarit eri kehitysalueille ja käynnistetään suunnittelutyö käytännön toteutuksille.

LOPPUTULEMA

- asiakasprofiilit
- myynnin malli
- myyntivalmennus 2 pv
- myyntimateriaali
- brändin määrittely
- Betset 2020 –booklet

Hinta: 28 000 € + alv 24 %

Vaihe 2 Valmis 12 / 2020

Huomion herättäminen ja brändin jalkautus

Toisessa vaiheessa viedään ensimmäisen vaiheen suunnitelmat käytäntöön. Työn aikana kiinnitetään halutun sidosryhmän huomio ja toteutetaan Betsetille uniikki brändi sekä sitä tukeva kuva- ja videoarkisto.

LOPPUTULEMA

- Mediakonseptin käytäntöön vienti
- sisäisten kouluttajien valmennus 2 pv
- video- ja kuva-arkisto
- uudistettu verkkosivusto
- Messukonsepti- ja osasto

Hinta-arvio 40 - 60 000 € + alv 24 %

Vaihe 3 12 / 2020

Ylivoiman lunastus ja uusi kasvu

Juhlavuoden päätapahtuman huomion rakentaminen. Median kiinnostuksen ja laajemman huomionarvon kiinnitys. Oman yleisön määrittäminen ja niihin vaikuttaminen halutuille teemoilla.

Kasvua synnyttävät kumppanuudet.

Vaiheen tarkempi sisältö ja tavoitteet määritellään yhdessä aiempien vaiheiden löydösten ja tarpeiden pohjalta.

Matka- ja majoituskulut sekä mahdolliset päivärahat lisätään hintaan toteutuneen mukaan Verohallinnon voimassaolevien ohjesääntöjen mukaisesti.

MYYNIN JA ASIAKKUUKSIEN KEHITYS

PALVELUYMPÄRISTÖN TEKNINEN KEHITYSTYÖ

Hinta-arviot muille tekemisille

- Mediakonsepti/sisältöstrategia (kanavat, teemat, suunnitelma) **3 490 €**
- Brändiohje ja sen toteutus **4 900 €**
- Kuva- ja videoarkisto **4 900 €**
 - Valmisbetonivideo **5 900 €**
- Juhlalehti (suunnittelu, taitto ja sisällön tuotanto) **12 950 €**
- Betset pohjat / lomakkeistot (esim. tarjoukset, code of conduct jne.) **3 490 €**
- Betonipuisto – messukonsepti (tapahtuman näkyvyyden hyödyntäminen, myynti, markkinointi, viestintä, osastosuunnittelu, toiminnallisuudet, materiaalit, kohderyhmän tarpeet) **14 900 €**
- Roadshow – konsepti (työkalu käytännön toteutukselle, joka varmistaa max. hyödyn) **3 490 €**
- Digitaalinen ympäristö
 - Verkkosivuston päivitys (kuvamaailma, avainlupaukset) **3 490 €**
 - ”DigiBetset-ländäri” sivustolle (konseptointi, sisällön tuotanto) **5 980 €**
 - Sisäinen viestintä (näytöt, johdon blogi, johdon sparraus, intra) **6 490 €**
 - Ulkoinen viestintä (uutiskirje, some-kanavat) **5 990 €**

Betset

Lisätietoja:

Anne Mäkinen
050 599 4333
anne.makinen@brande.fi

