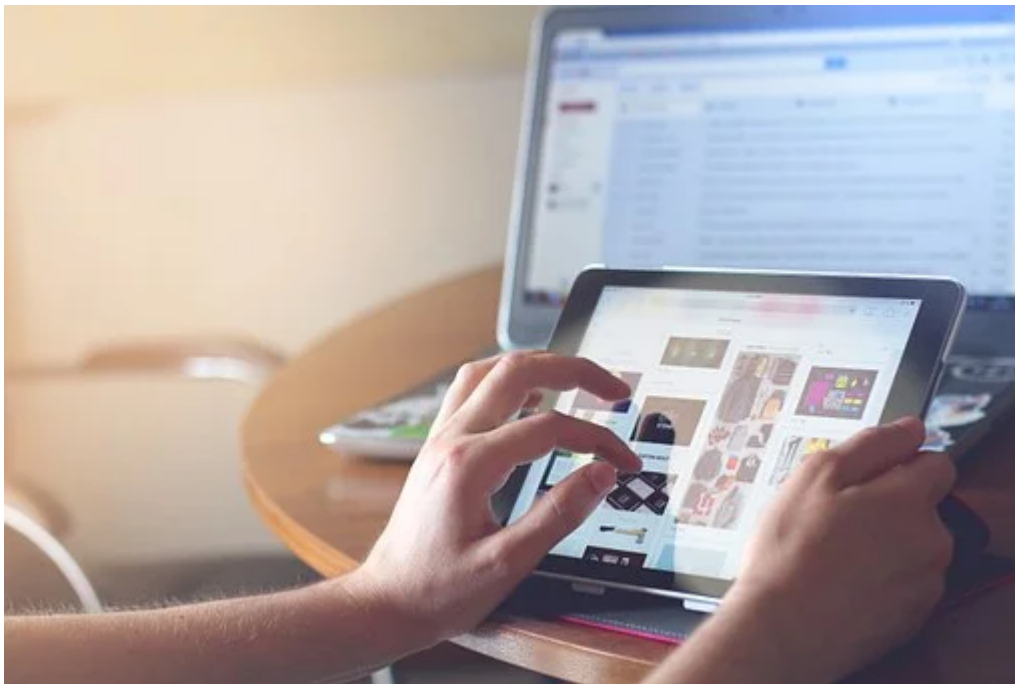


Miljonlotteriet ökar sin digitala försäljning

Miljonlotteriet växer bara mer och mer genom att digitalisera all sin marknadsföring samt utbilda sin personal i ansvarsfullt spelande - läs framgångssagan här!

Artikeln är i samarbete med AWISEE



Miljonlotteriet

digitaliserar och kommer att kunna bidra med ännu mer till välgörenhetsarbete i framtiden!

När det kommer till hur samhället fungerar idag så är det många som är trötta på telemarketing där man blir uppringd av säljare och företag. Därför är det många företag som har ändrat sitt sätt att marknadsföra på och genom att digitalisera den. Miljonlotteriet är ett av Sveriges äldsta lotterier och de har helt följt med i trenderna. Detta har visat sig vara otroligt framgångsrikt, de har tiodubblat sin digitala försäljning. Varje år så skänker Miljonlotteriet oavkortat hela sitt överskott till det livsviktiga arbete som IOGT-NTO-rörelsen gör utför både Sverige och andra delar av världen. Miljonlotteriet gav IOGT 98 miljoner 2018 och nu kan vi alltså tack vare digitaliseringen se fram emot ännu högre årliga belopp. Tidigare så har Miljonlotteriet diskuterats och granskats i *Medium*.

På www.miljonlotteriet.com så är det många spelare som väljer att prenumerera på skraplotter och bingospel varje månad. 100 000 återkommande kunder är med i lotteriet redan och de priser som de tilldelar till sina spelare går i samklang med deras hjärtefrågor i det stora hela. Det innebär att de flesta vinster är upplevelser eller någon fysisk vinst snarare än kontantvinster, därför så är stora delar av deras kundkrets äldre som älskar att skrapa lotter och skiljer sig en aning från spelare som föredrar att spela på onlinecasinon. Under sina 50 år på den svenska spelmarknaden så har Miljonlotteriet bara växt mer och mer och har sedan år 2000 till nykterhetsrörelsens stora glädje bidragit med över 2 miljarder kronor.

Miljonlotteriet visar sin framåtanda

När det kommer till hela den här processen med digitalisering så är det många företag som är rädda för hur det kommer att sluta, men Miljonlotteriet har kastat sig orädda ut i det digitala havet. Det man har

insett är att detta bara varit positivt, både för lotteriet, deras anställda och kunder. Det är betydligt mer effektivt att kunna erbjuda digitala spel och kommunikation via dator eller mobiltelefon. Det som var det stora problemet från starten var frågan om den åldersgrupp som främst spelar på Miljonlotteriet är möjligen är ovana vid dagens teknologi. Det finns många äldre som ännu inte lärt sig hur man gör, men detta har inte verkat vara några bekymmer då framgången varit total i fallet!

I början av Miljonlotteriets resa så skickades alla skraplotter ut till postlådan eller kunde plockas upp på närmaste spelombud, men idag sker allt större del av spelen digitalt. Att digitaliseringen skulle lyckas så bra var det ingen som kunde veta, men att det har visat sig vara ett så starkt drag har helt klart lyft Miljonlotteriet till skyarna. Än är vi bara i början av den digitala resan, men snart kommer det att vara mer en regel än undantag på de flesta håll i vårt samhälle.