



了解 Gametime 如何利用自动化 精简效率和推动增长

Gametime是谁

Gametime公司成立于2012年，为消费者提供无缝、过程透明的赛事及演出票务服务，涵盖了体育、音乐会、剧院和喜剧表演等。其特别之处在于，Gametime专门提供各种演出的“最后一分钟”门票，观众可以在表演开场后的90分钟内购票入场，以便捷的方式与合理的价格观赏到心仪的赛事。此外，Gametime采用移动交付的电子票形式，便捷之余也是对纸质票的环保替代。总之，商家致力于为客户提供超乎期望的非凡服务。

Pete DeiTos 于2016年开始在 Gametime 担任中层产品经理。在过去七年中，DeiTos 逐渐掌握了业务的各个方面，逐渐承担更多责任并最终成为组织内值得信赖的领导者。到2020年底，DeiTos被擢升为 Gametime 的产品副总裁。目前负责管理其产品和设计团队，他主要专注于寻找方法来强化每个人在公司的角色职能。

“凡事自然要随着业务需求改变。我们希望合作伙伴能匹配且愿意推动我们的业务发展。Riskified团队在帮助我们应对业务挑战时，真正扮演好了一位杰出业务伙伴的角色。”

Pete DeiTos
产品副总裁

面临挑战

随着 DeiTos 适应他的新角色，在新冠疫情期间，市场上出现了独特的欺诈风险挑战。

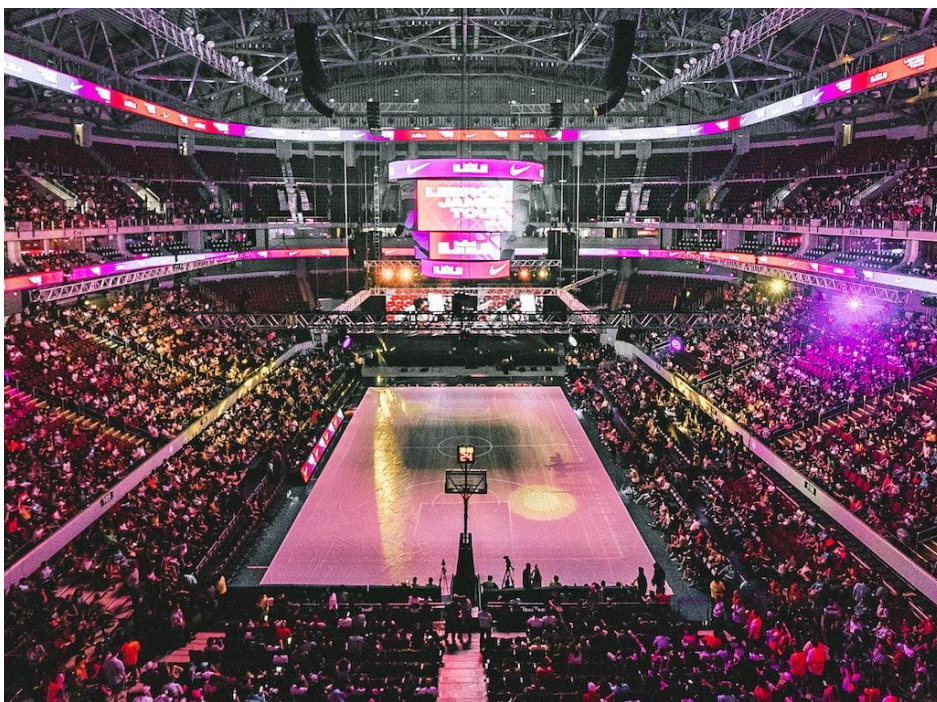
Gametime主要遭遇了活动门票的信用卡凭据被盗欺诈，这类门票有效期短且容易转卖；同时Gametime还要抵御欺诈性的拒付。

由于其行业的性质和业务重点，DeiTos认识到，不断演变的支付欺诈会对其业务产生极其不利的影响。他解释说，当产品库存快速变动且营收达到历史最高水平时，欺诈的风险也会攀上最高峰。“我们需要保护，我们需要快速而且准确的决定。”

Gametime 最初用于支付风控的方案是人工审查，需要一个小团队投入大量时间和精力。由于缺乏专门的资源和人力投入，完成一单审查后这个订单里的演出票就过期了。人工审查在很大程度上拖延了响应速度，并最终导致订单营收的流失。

DeiTos 进一步解释说，购买流程如发生问题，不仅会影响那些最有价值的客户，而且对Gametime的品牌声誉也有不好的影响。他意识到，经过人工审核订单的顾客对NPS(净推荐值)打分，比未经人工审核的买家低10分。“给我们时间，让我们做得更好，是值得的。”DeiTos说。

考虑到这一点，Gametime 希望提高其欺诈订单审查效率，并提高订单成交率。



解决方案

Gametime 最终选择了Riskified的100%拒付包赔方案, Riskified也实现了助力其业务增长的承诺。

为了在线上票务市场保持竞争力, Gametime 希望实施一种能自动检测支付欺诈的方案, 这样一来当市场的需求激增时, 它们能抵御更高的欺诈风险。“特别是在季后赛期间, 比如巨人队在第九局末打出了本垒打, 网站流量会突然爆发到峰值, 此时我们就需要稳定球赛门票的供给。”DeiTos表示

随着市场走出疫情带来的封锁和停滞, Gametime终于看到了曙光, 令人高兴的是, 此时它们已有的核心基础设施, 也已经得到了强化。

Riskified 的团队通过个性化的方法、适应和支持客户独特用例的能力, 进一步增强了人们对 DeiTos 的信心。“事情自然会随着您的业务而改变, 我们始终需要愿意且切实能适应和支持我们业务需求的合作伙伴,”DeiTos表示, “Riskified 的团队在如何应对客户的业务的挑战方面, 是真正出色的合作伙伴。”

不再受限于人工审查负荷, Gametime 的产品团队现在能够专注于最重要的优先事项, 那就是扩展业务并改善粉丝和供应商的体验。即便季节性波动和行业变化依然存在, 随着活动的全面恢复, Gametime 的业务增长得到有力推动, 同时客户满意度也在提升, 从而吸引到更多客户。



优化成效



运营效率提升

能够处理突发急增订单, 而无需临时加派人手



业务版图扩大

解决方案的可扩展性强, 能匹配增长目标、给商家带来新的客户, 促进市场份额的增长



客户满意度提升

高票价订单(1000 美元以上)的净推荐值提高了8分



订单成交率提高

成交率提高 1.5%
(购买成功超过购买尝试)



“Riskified方案顺应了我们的增长目标, 事实证明它们的方案, 能有效帮助我们成功地进行业务扩张, 吸引到了更多的新客户。”

Pete DeiTos
产品副总裁