

# Analytics Pakket: Basis

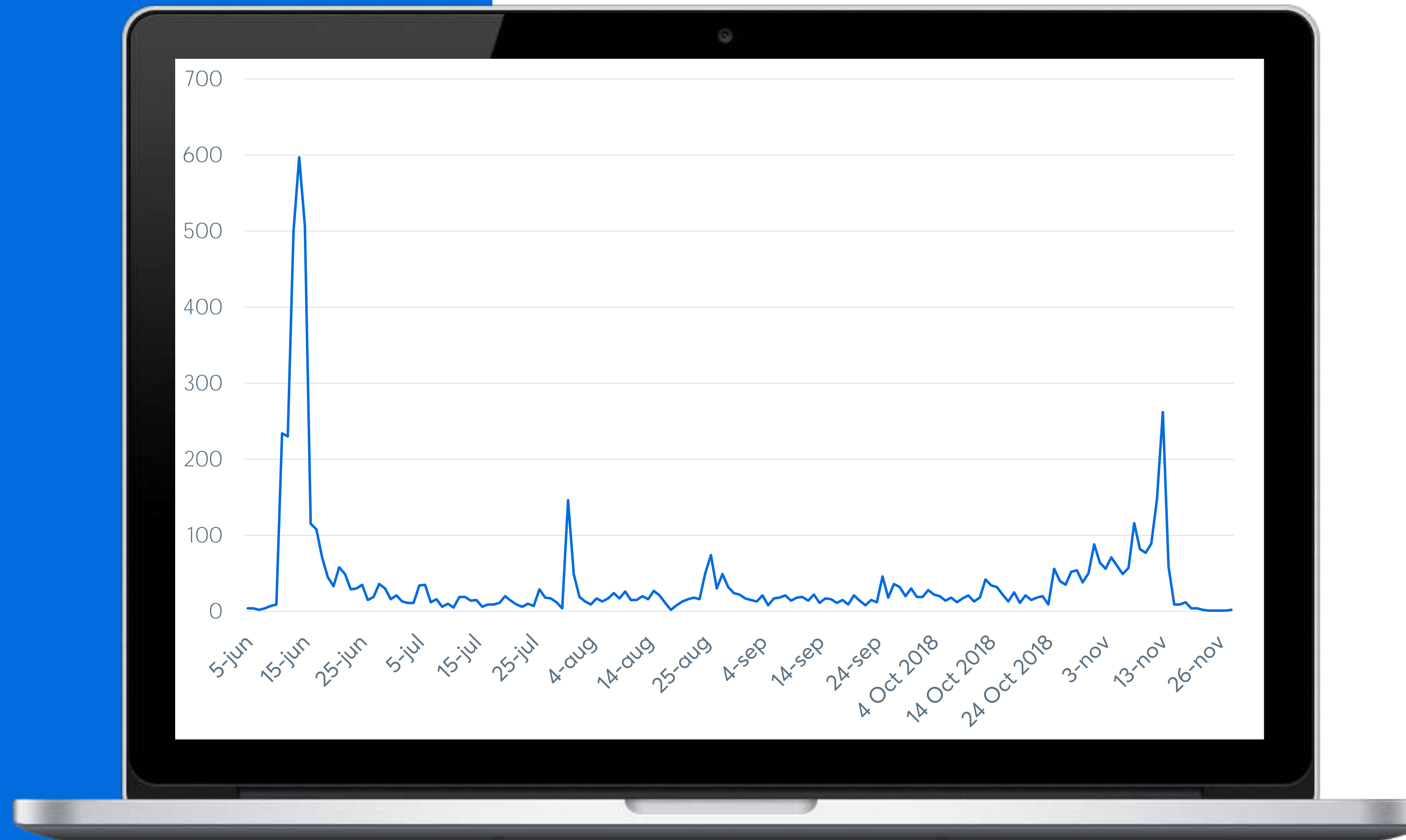
Floris Nool

***ticketmaster***

VOORBEELD ANALYSE: BASIS

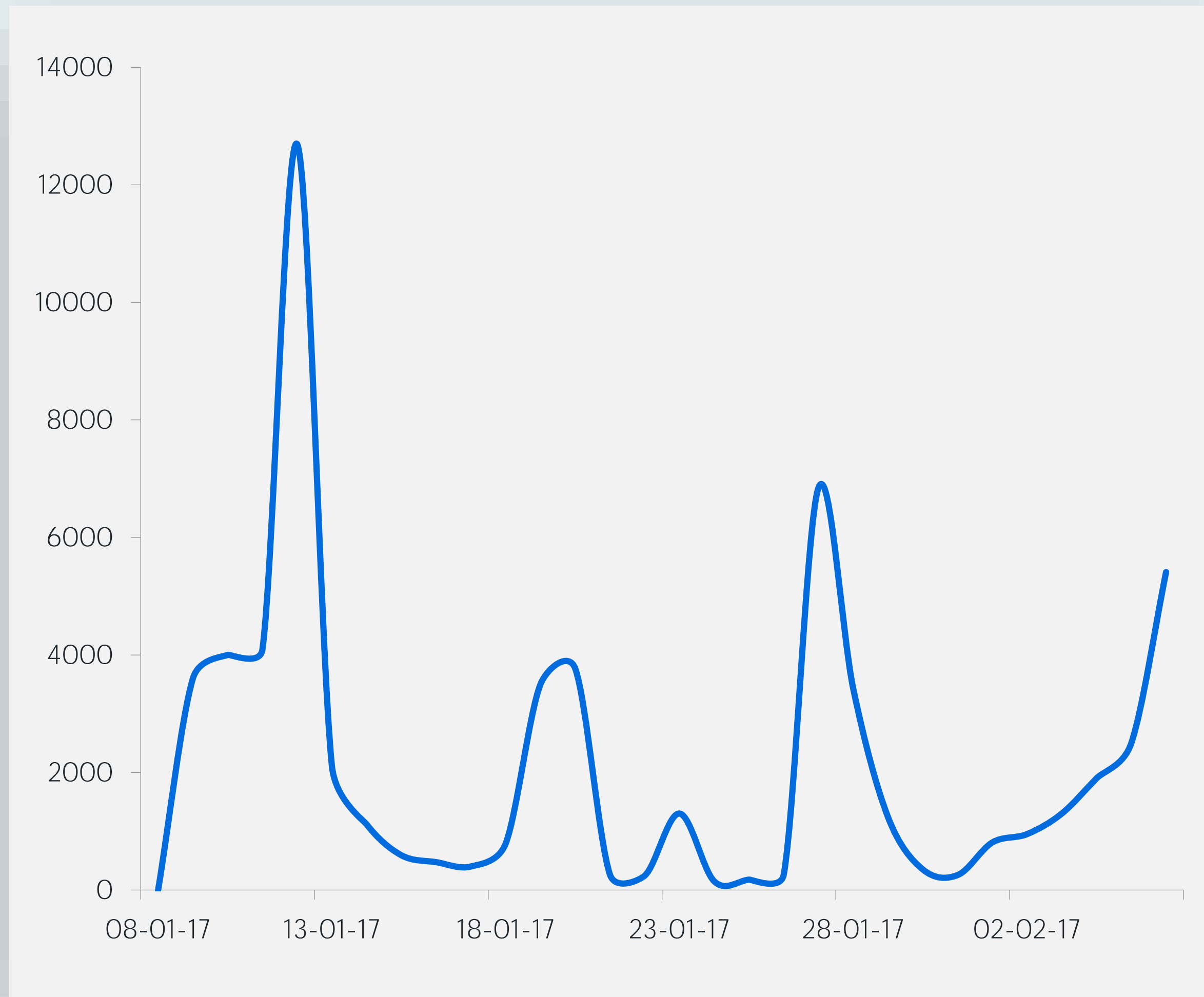
# Wat krijg je?

1. Ticketverkoop over tijd
2. Groepsgrootte
3. Verkoop per tickettype
4. Verkoop per rang
5. Verkoopkanalen
6. Type apparaat
7. Betaal & Bezorgmethoden



VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Ticketverkoop over tijd



Een overzicht van de kaartverkoop uitgespreid over de tijd en samengevoegd met het aantal bezoekers op Ticketmaster.nl. Deze gegevens kunnen gebruikt worden voor maken van een volgend marketingplan.

De verkoop had meerdere pieken, een langzame eerste drie dagen om daarna hard te stijgen. De succesvolle piek op dag zes is te danken aan de Facebook campagne die een drietal dagen duurde.

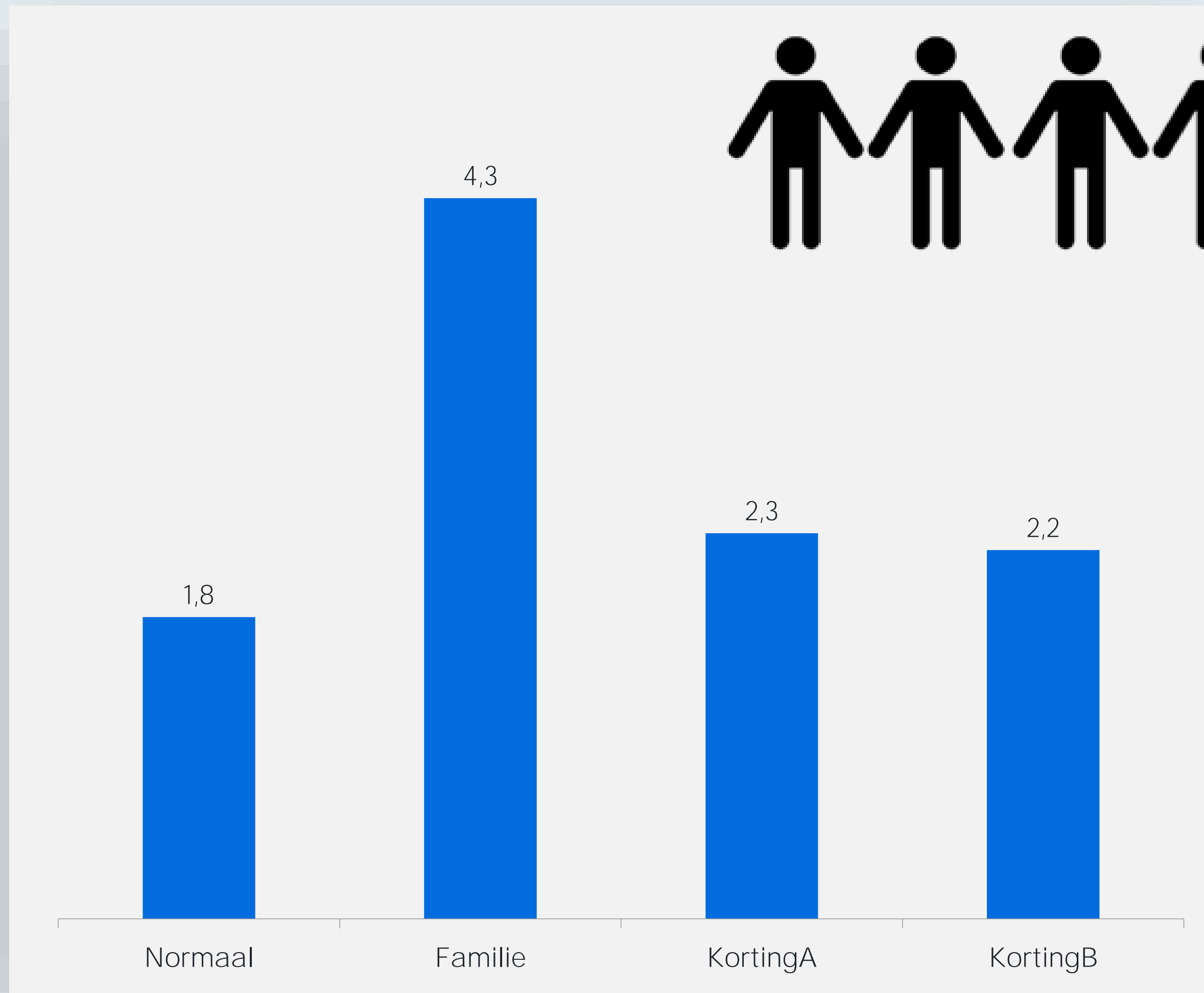
De campagne via Partner B had minder succes dan gehoopt, terwijl partner C de verwachtingen ruimschoots heeft overtroffen. Dit is af te lezen aan de piek op dag 20.

VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Groepsgrootte

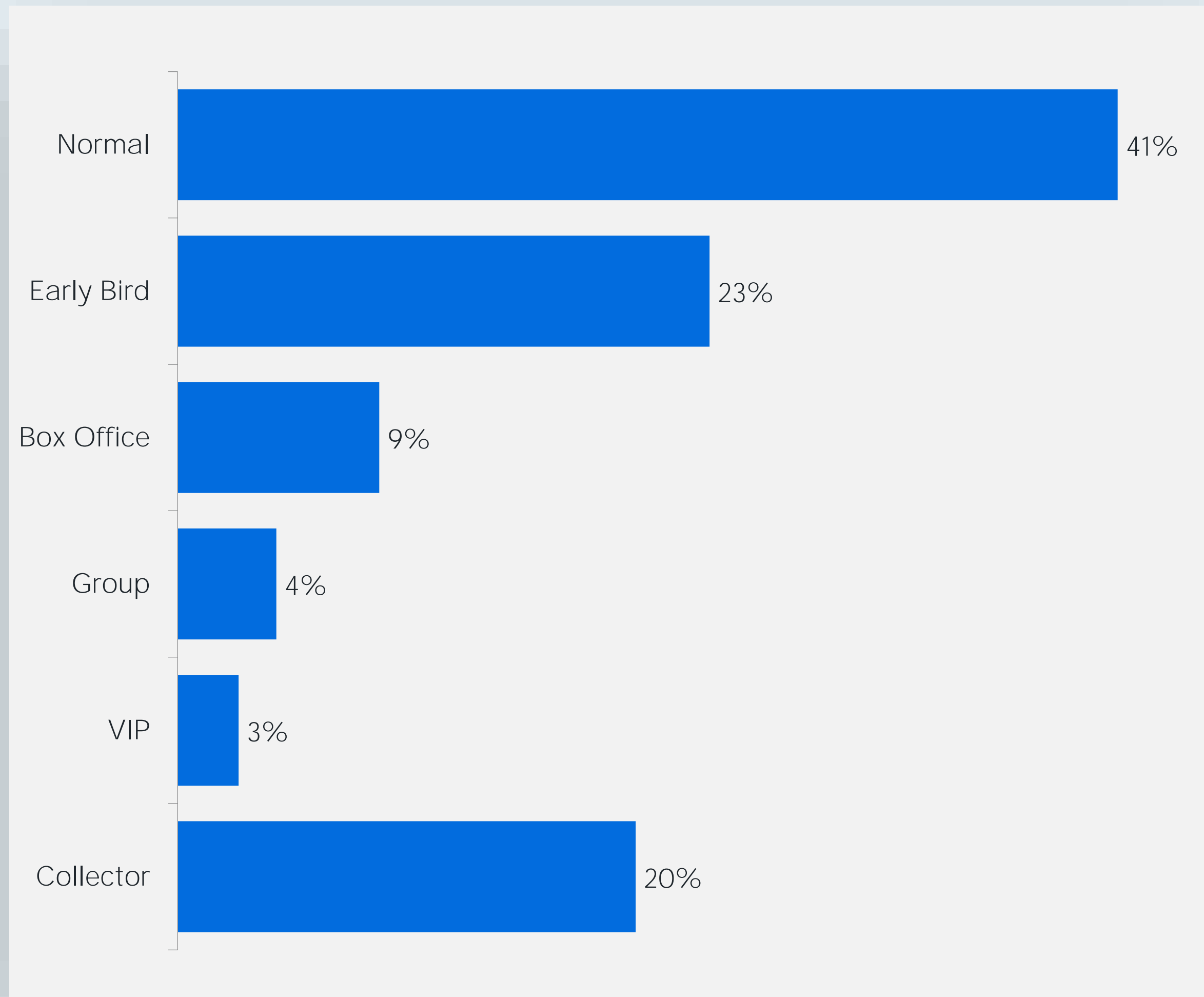
We geven je inzicht in de hoeveelheid verkochte tickets per transactie. Komen mensen juist in grote groepen en wil je dus volgende keer groepskorting aanbieden, of komen de bezoekers juist in tweetallen of viertallen?

De gemiddelde groepsgrootte is 3.5. Dit is sterk beïnvloed door de familietickets. De normale tickets komen gemiddeld met slechts met 1.8 personen.



## VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Verkoop per tickettype



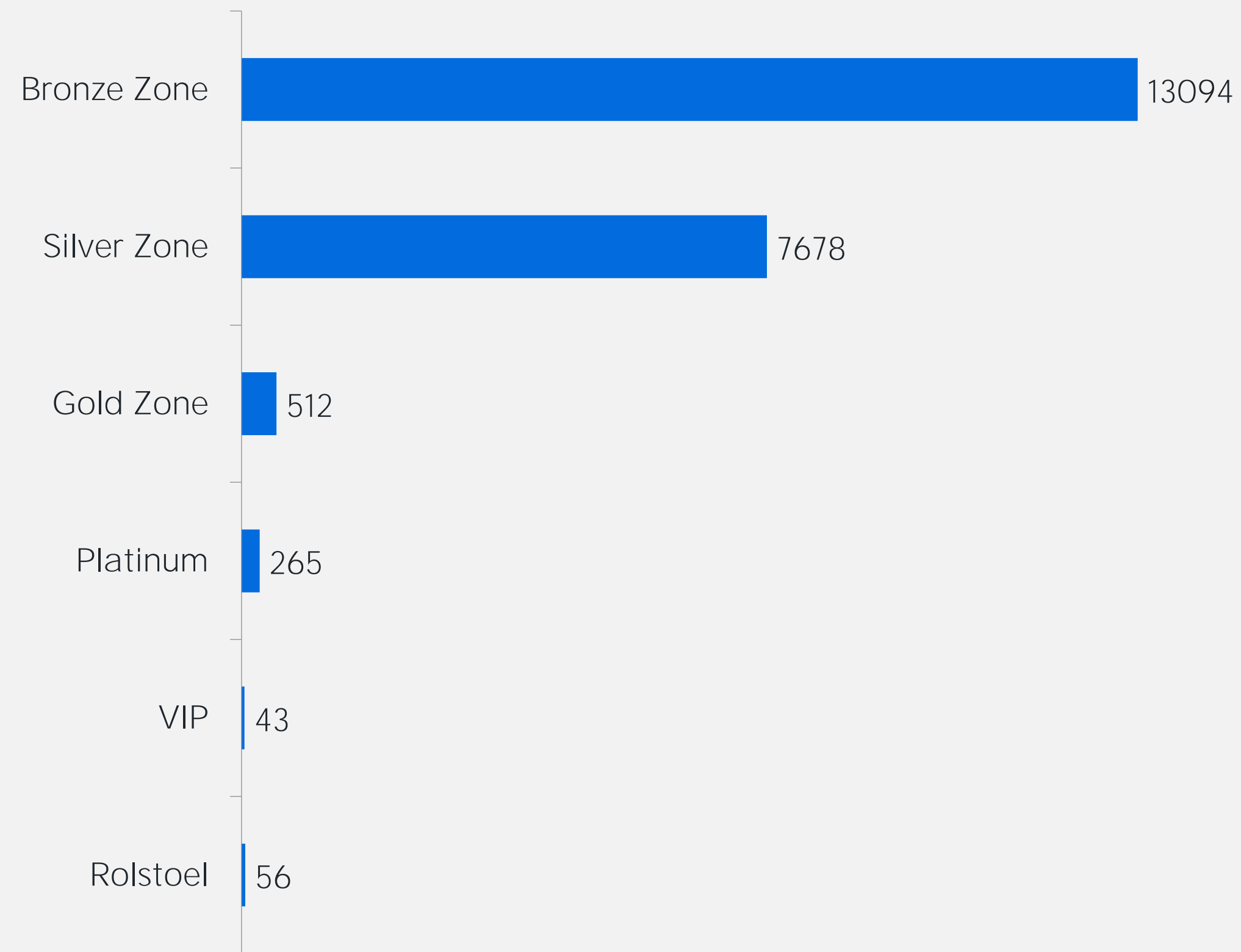
Kopen consumenten in de voorverkoop, de normale tickets of aan de deur? Doen de VIP Tickets het goed of gaat men voor het Collector Ticket; dus zijn ze geïnteresseerd in een aandenken.

Normale tickets zijn het gros van de verkopen. Aan de deur is echter nog veel verkocht, de last minute campagne heeft dus waarschijnlijk veel succes gehad.

- Groepstickets bleven achter bij verwachting, wellicht meer op marketen bij de volgende editie?
- VIP deed het dan weer erg goed, misschien meerdere opties aanbieden volgend keer?

VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Verkoop per rang



Welk prijstype presteert goed en waar is ruimte voor verbetering mogelijk. Werkt korting geven of juist niet? Heeft promotie via een partner veel opgeleverd of is het beter om te zoeken naar andere mogelijkheden.

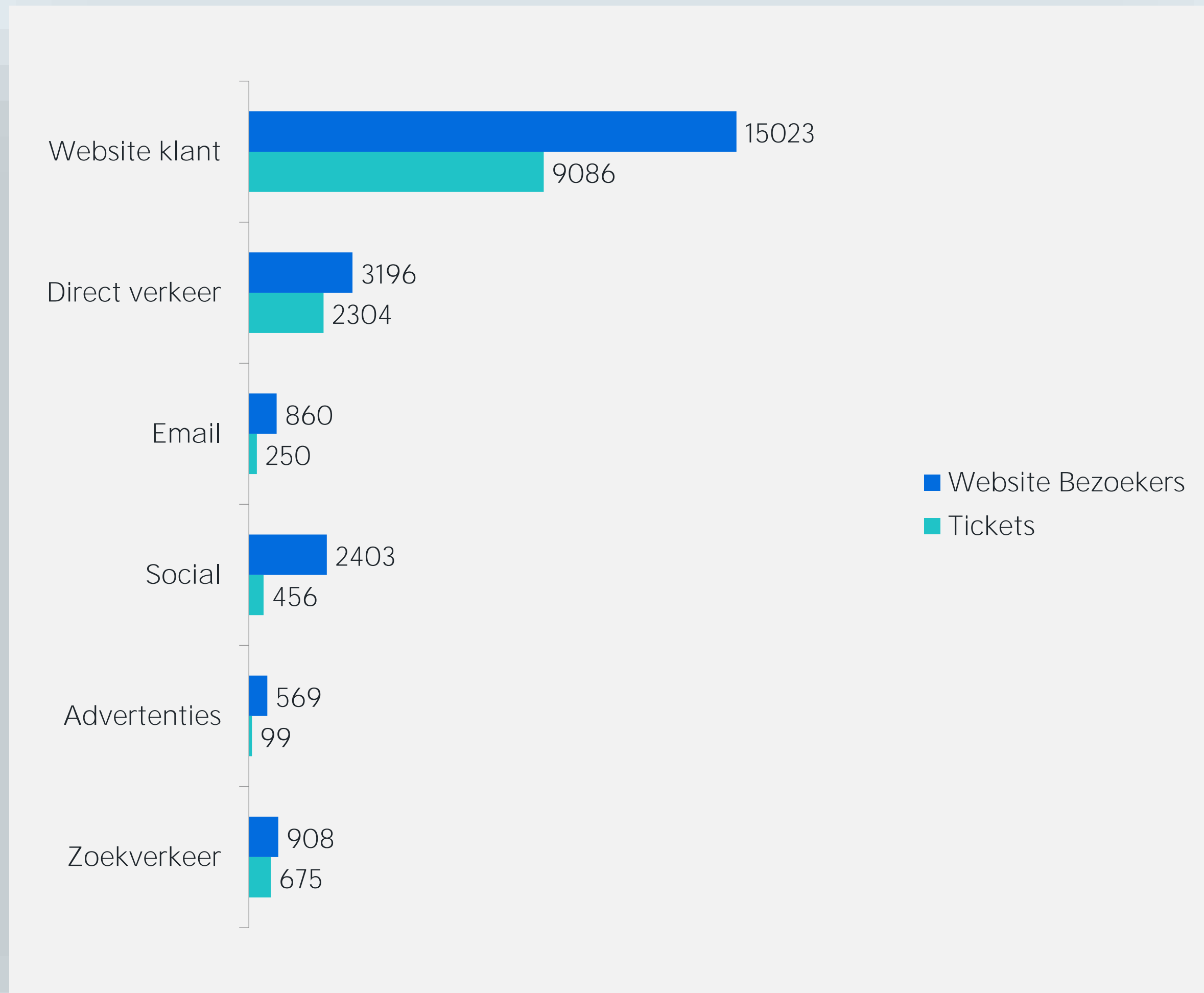
Rang Brons was helemaal uitverkocht terwijl er in de rang Gold Zone nog enkele tickets beschikbaar waren. Wellicht was de prijs iets te hoog. De VIP Pakketten zijn helemaal uitverkocht. Wellicht zijn er mogelijkheden om bij het volgende event hier meer van aan te bieden.

VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Verkoopkanalen

Welke digitale kanalen presteren goed en waar is ruimte voor verbetering. Krijg inzicht in eigen campagnes via affiliates. Gebruik conversie cijfers om precies te zien waar de het verkoopproces soepel loopt en waar niet.

De eigen website zorgde voor het grootste aandeel van de verkochte tickets. Conversie bleef wel wat lager dan gehoopt. Het directe verkeer had ook een verassend hoge conversie.



## VOORBEELD ANALYSE: BASIS

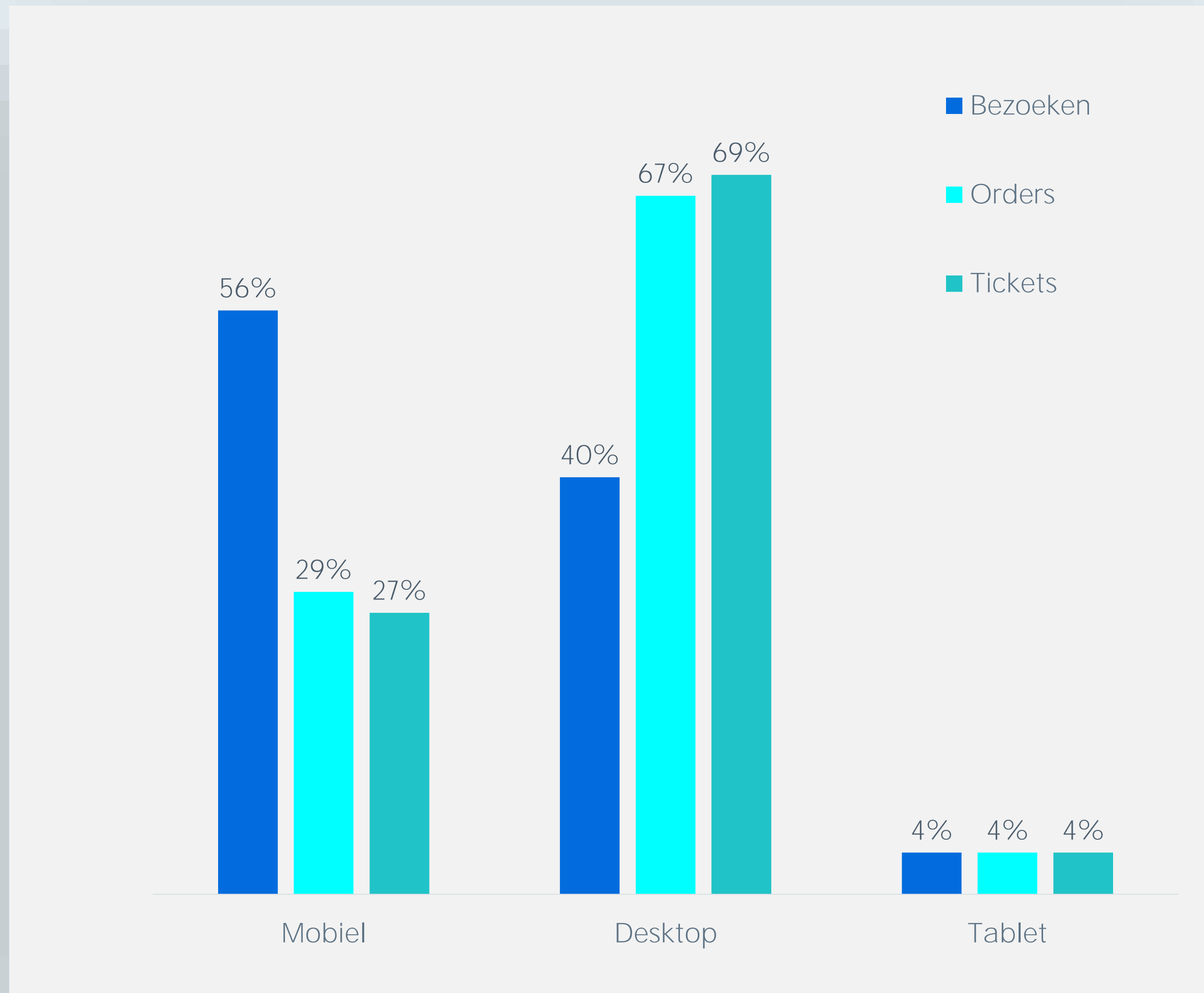
# Type apparaat

Met welk apparaat bezoeken de consumenten Ticketmaster? Ontdekken ze alleen events via mobiel? Of kopen ze ook daadwerkelijk via mobiel. Wij vertellen je er meer over.

Mobiel verkeer is een steeds groter aandeel van het verkeer op Ticketmaster.nl. We zien ook hier dat het grootste gedeelte van de bezoeken op mobiel plaatsvindt.

Als we echter kijken naar het aantal tickets staat desktop bovenaan. Wat meestal gebeurt is dat fans browsen met hun telefoon maar tijdens het bestellen een desktop gebruiken, dat is vaak makkelijker met typen en de verbinding is doorgaans beter.

Wat opvalt is dat het aantal orders op mobiel nog wel iets hoger ligt. Dat wil dus zeggen dat men minder tickets per transactie koopt op mobiel dan op desktop of tablet.





VOORBEELD ANALYSE: BASIS

# Betaal- en bezorgmethoden

Kiezen veel klanten nog voor een klassiek ticket over de post? Dan biedt ons Collector Ticket wellicht kansen of andere fysieke merchandise.

Veruit het grootste gedeelte van de betalingen verloopt via iDeal. Mastercard is een goede tweede met 12%. De kassaverkoop op de dag zelf waren nog goed voor 10% van de tickets.

