

Covid 19 - Beschränkter Verkauf bei Dauerkarten / Abos

Disclaimer

- Diese Doku beinhaltet mögliche Varianten zum beschränkten Abverkauf von Tickets in Zeiten von COVID-19.
- Sie beinhaltet Schritte zum Abverkauf, zugeschnitten auf **manuell erstellte Zielgruppen**. Das optionale Modul SAM (SecuTix Audience Management) ist hierfür erforderlich.
- Die Einhaltung der jeweils aktuellen gesetzlichen Vorschriften obliegt dem jeweiligen Veranstalter.

Prämissen

1. Sollten Sie bereits Tickets, z.B. Abos / Jahreskarten für ein Spiel / ein Event verkauft haben, gehen wir davon aus, dass diese nicht mehr zum Einlass berechtigen.
2. Daraus resultiert, dass eine neue, in der Größe den aktuellen Gesetzgebungen entsprechende, Zielgruppe definiert werden muss, die Einlass zum Event erhält.
3. Es werden also neue Einzeltickets diesen neuen Zielgruppen zur Verfügung gestellt, die erworben werden müssen.
 - a. Dafür benötigen Sie neue Produkte. Sie müssen also die auszutragende Events erneut anlegen, damit die Tickets neu verkauft werden können.

Dynamic Social Distancing beim erneuten Verkauf

Service

Um dieses Feature zu aktivieren, erstellen Sie bitte ein Service-Ticket im SecuTix Supportportal. (Dieses Feature ist kostenpflichtig)

Die Grundidee basiert auf der Funktion "Dynamic Social Distancing", welche das Buchen von Tickets in einem Saalplan mit der automatischen Sperrung der umliegenden Plätze kombiniert.

Hierbei werden Ticketkäufer durch den regulären Online-Verkaufsprozess geschickt und können ihre Tickets kaufen. Das System sperrt im selben Vorgang alle umliegenden Plätze gemäß ihren Einstellungen, um so die den Mindestabstand zwischen ihren Besuchern sicherzustellen.

Hierbei können entsprechend auch zusammengehörige Personen nebeneinander sitzen.

Ziel ist es also, diese Funktion in einem erneuten Verkaufsvorgang zu nutzen, um ihr Venue gemäß den jeweils gültigen Richtlinien maximal auszulasten.

Siehe [Covid-19 - Organic Social Distancing](#) für weitere Details

Erstellung von Zielgruppen mit SAM

Limitierung

Achtung: Mit dieser Variante, bekommt ein Kontakt die Möglichkeit, **1 Ticket** (oder die in der Promotion eingestellte Anzahl) zu kaufen - unabhängig von der Anzahl der gekauften Jahreskarten.

Der erste Schritt zur Abwicklung ist die Erstellung von einer, oder mehrerer Zielgruppen. Dies geschieht mit dem Tool SecuTix SAM, welches Ihnen mit der Funktion "Ziele" die Zielgruppenerstellung auf Basis von Kriterien ermöglicht.

- **Wichtig: Die Kriterien, die Sie zur Bestimmung ihrer Zielgruppe nutzen, kann SecuTix Ihnen nicht vorgeben. Auch gibt es keine Funktion zur Zufalls-basierten Bestimmung einer Zielgruppe.**

Wie Sie eine Zielgruppe definieren, ist letztendlich Ihnen überlassen. Hier jedoch ein paar Ideen:

1. Alle Kontakte, die ein bestimmtes Produkt gekauft haben (z.B. Saisonkarte 20/21)
2. Alle Kontakte, die ein bestimmtes Produkt gekauft haben (z.B. Saisonkarte 20/21) + Preiskategorie = 1 (folglich: Eine Zielgruppe pro PK)
3. Alle Kontakte, die ein bestimmtes Produkt gekauft haben (z.B. Saisonkarte 20/21) + Block = A,B,C
4. Alle Kontakte, die ein bestimmtes Produkt gekauft haben (z.B. Saisonkarte 20/21) - haben Spiel 1 besucht
 - a. Dieser Fall ist ein Ausschluss derjenigen Kontakt, die bereits bei einem Spiel waren.

Transfer Batch (Anwendbar bei Jahreskarten & Abonnement)

Nutzen Sie einen Report, um die Vorgangsnummern der Jahreskarten / Abo Inhaber zu bekommen. Kopieren Sie diese Vorgangsnummern in den Transfer Batch & fügen Sie diese in den Batch ein. Bitte splitten Sie Anzahl auf 200 Vorgänge pro Ausführung.

Nach Durchlauf des Batches bearbeiten Sie die Sitze manuell nach, um die geforderten Abstandsregelungen einzuhalten.

Vorteil dieser Variante: Der Jahreskarten / Abo-Inhaber erhält die Anzahl Sitze entsprechend der Anzahl Jahreskarten pro Vorgang.

Anlage einer Promotion für das gewünschte Produkt

Sie benötigen eine Promotion, die Zugriff auf das jeweilige Produkt bietet.

mit Platzwahl - Veranstaltung / Spiel

Als Teil einer Zielgruppe greift ein Kontakt mittels ihm zugewiesener Promotion auf ein Event zu, wo er dann sein neues Ticket erwerben kann. Da hier feste Plätze, wie gewohnt, vergeben werden, kann die Kombination aus Zielgruppe & Promotion eine Kombination für alle sein, oder pro Spiel mehrere Kombinationen je nach Preiskategorie. (

freie Platzwahl - nicht datierter Pass

Es ist ebenso denkbar, dass Tickets aus der Produktfamilie "Nicht datierter Pass" verkauft werden.

Diese verfügen über keine Platzinformationen, sie können bzw. müssen also die Platzierung anderweitig / vor Ort vornehmen.



Achtung

Beim Verkauf von Produkten aus der Familie "Nicht datierter Pass" handelt es sich um eine Zutrittsberechtigung ohne Platzinformationen. Sie müssen also sicherstellen, dass Sie ihre Kunden vor Ort gemäß den jeweils gültigen Regeln platzieren.

Anlage einer Kampagne zur Kombination von Zielgruppe & Promotion

Erstellen Sie eine Kampagne in SAM vom Typ "Promotion". Darin kombinieren Sie die gewünschte Zielgruppe(n) mit der Promotion für das Event.

Damit bekommt der Ticketkäufer Zugriff auf die Tickets.

Wir bucht der Kunde sein Ticket?

Nach dem Login in sein Online-Kundenkonto sieht der Kunde die Promotion im unteren Teil seines Kontos.

