

Project	Measurement: the key to knowledge				
Vakgebied	Ticketing, marketing	Club	Excelsior Rotterdam	Door	Reinier Sombeek & Nicole Deurholt

Meten is weten! Daarom heeft Excelsior Rotterdam de handen ineen geslagen met Access & Identity partner Nsecure.

Sinds dit seizoen heeft Excelsior Rotterdam een toegangscontrolesysteem in gebruik genomen dat de entreetickets scant en registreert. Het scannen van een entreeticket mag misschien niet erg bijzonder zijn, maar wat wél bijzonder is, is het gebruik van de data van de gescande tickets. In samenwerking met Access & Identity partner Nsecure is er een dashboard ontwikkeld dat data verstrekt over supportersopkomst en supportersgedrag op zowel individueel als collectief niveau. De rapportages uit het dashboard bieden marketingmogelijkheden voor zowel groepen als individuen maar verzorgen ook live informatie rondom wedstrijden. De live informatie wordt onder andere al gebruikt voor unieke fan-winacties in het kader van het 115-jarig bestaan van Excelsior Rotterdam.

Meer inzicht in de bezettingsgraad

Zoals bij elke club betekent een uitverkocht eigen huis in de praktijk helaas niet altijd een vol stadion. Wat de reden hiervoor was, kon Nicole Deurholt, (Online) Marketing Manager bij Excelsior Rotterdam, tot het begin van dit seizoen ook niet zeggen. "Naast informatie over de no-show rate van de reguliere supporter, kan deze informatie zorgen voor meer inzicht in bijvoorbeeld het daadwerkelijke succes van bepaalde vrijkaartacties met partners en sponsors." De behoefte aan deze informatie leidde ertoe dat het bestaande SRO-ticketingsysteem (dat verkochte tickets op naam registreert), gekoppeld werd aan het ticketing scansysteem bij de ingangen van het stadion. De informatie afkomstig van het toegangscontrolesysteem wordt vervolgens direct gepresenteerd in het door Nsecure ontworpen dashboard dat verschillende rapportagemogelijkheden biedt.

Zo kunnen er per wedstrijd algemene gegevens gemeten worden zoals de bezettingsgraad in het gehele stadion en per tribune, maar ook de no-show rate op collectief en individueel niveau van seizoenkaarthouders, losse tickets kopers en vrijkaarten. Deurholt: "Wij kunnen zeer specifieke

rapportages uit het systeem halen zoals een lijst van seizoenkaarthouders die al enkele thuiswedstrijden niet aanwezig zijn, of fans van wie het ticket meerdere keren wordt aangeboden bij een wedstrijd. De eerste keer zal de desbetreffende supporter naar binnen kunnen, de keren daarna zal de kaart geweigerd worden zodat we kunnen voorkomen dat men fraudeert met de tickets." De rapportages worden niet alleen ingezet voor de supporters maar ook zakelijk. "Als er een sponsor een aantal keer op rij niet naar een wedstrijd is

"Naast informatie over de no-show rate van de reguliere supporter, kan deze informatie zorgen voor meer inzicht in bijvoorbeeld het daadwerkelijke succes van bepaalde vrijkaartacties met partners en sponsors."

Nicole Deurholt, (Online) Marketing Manager
Excelsior Rotterdam

geweest, wordt de Accountmanager hierover geïnformeerd die met de betreffende sponsor in gesprek kan gaan om te achterhalen wat hier de reden voor is".

Gebruik van data

Inmiddels is het toegangscontrolesysteem enkele wedstrijden in gebruik en dienen bij elke wedstrijd in het Van Donge & De Roo stadion alle entreekaarten en parkeerkaarten gescand te worden. Dit betekent dat de eerste rapportages gebruikt kunnen worden voor het presenteren van de bezettingsgraad aan de directie en wordt er gevolgd of de recent verbeterde informatievoorziening rondom het stadion zich al uitbetaalt. Deurholt: "De verbeterde informatievoorziening heeft als doel om de supporters direct naar de juiste ingang te sturen. Dit zou moeten leiden tot minder lange wachtrijen bij het betreden van het stadion, doordat men niet meer met een verkeerde kaart aan de poorten staat".

De meest concrete vertaling waar de supporters zelf al iets van merken is de fan-winactie die wordt georganiseerd in het kader van het 115-jarig

bestaan van Excelsior Rotterdam. Nsecure is gevraagd om een rapportage te maken die direct aangeeft wie op een wedstrijddag als 115^{de} supporter het stadion binnenkomt. De winnaar wordt vervolgens in de rust van de wedstrijd naar het veld geroepen en ontvangt 2 gratis business-seats tickets voor de volgende thuiswedstrijd.

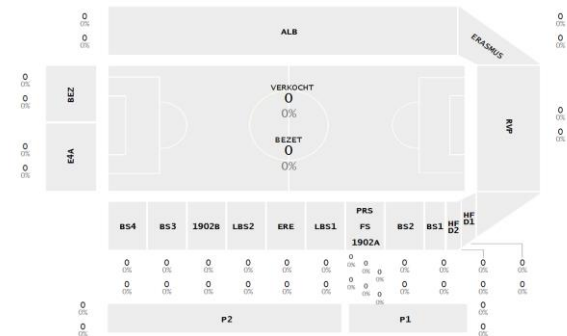


De huldiging van de 115^e supporter

De toekomst

Dit zijn echter pas de eerste toepassingen van het ontworpen dashboard. In de toekomst wil Excelsior Rotterdam het systeem nog veel meer gaan gebruiken. Zo streeft Deurholt ernaar dat de data in de toekomst gebruikt kan worden om de bezettingsgraad van de maatschappelijke projecten van Excelsior Rotterdam via de stichting Excelsior4All, te verbeteren. Per maatschappelijk project kan namelijk de no-show rate geanalyseerd worden om te kijken welke projecten het meest succesvol zijn. Doordat de namen van de kinderen die een wedstrijdticket hebben bekend zijn, kunnen projectleiders aan kinderen vragen waarom zij niet bij een wedstrijd aanwezig waren en mogelijke problemen in de persoonlijke situatie van de kinderen signaleren. Ook kunnen jonge potentiële supporters, die via de stichting een wedstrijd bezochten, vanaf een bepaalde leeftijd benaderd worden of zij interesse hebben om vaker wedstrijden van Excelsior Rotterdam te bezoeken.

Naast de verbeterde dienstverlening bij Excelsior4All kan de inzet van de nieuwe toegangscontrole ook leiden tot de extra service bij evenementen die niet aan het eerste elftal van Excelsior Rotterdam gelieerd zijn. Zo kunnen rapportages over de bezettingsgraad ook bij concerten of jeugdtoernooien gebruikt worden. Deurholt: "Deze extra informatie kan het voor potentiële huurders nog *nét* wat aantrekkelijker maken om voor het Van Donge & de Roo stadion te kiezen in plaats van een andere locatie."



Het ontwikkelde dashboard voor de stadionbezetting

Conclusie

Door een goede samenwerking met Nsecure is er een toegangscontrolesysteem opgezet, waarbij data veel informatie over onze supporters en wedstrijden inzichtelijk maakt. Deze informatie kan door de club eenvoudig en direct gebruikt worden voor analyses, marketingactiviteiten en supporterscommunicatie. Daarmee is deze investering er één die zich voor Excelsior Rotterdam al op de korte termijn uitbetaalt, maar ook zeker op de langere termijn tot meer inzichten

*"Deze extra informatie kan het voor potentiële huurders nog *nét* wat aantrekkelijker maken om voor het Van Donge & de Roo stadion te kiezen in plaats van een andere locatie."*

Nicole Deurholt, (Online) Marketing Manager Excelsior Rotterdam

zal leiden. "Een van de hoofddoelen als marketingafdeling van Excelsior Rotterdam is en blijft het realiseren van een hogere bezettingsgraad in het stadion. De data is nu beschikbaar, dit betekent dat het nu aan ons is om de kennis te vertalen naar nog hogere bezettingscijfers."

TIPS:

- Installeer een toegangscontrolesysteem dat zorgt voor data die voor marketingdoeleinden gebruikt kunnen worden.
- Gebruik de data die je tot je beschikking hebt.
- Koppel de datasystemen die je tot je beschikking hebt voor nieuwe inzichten.

Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise en deel jouw goede voorbeeld met je collega's in het betaald voetbal!