

Doorverkoop van wedstrijd tickets: de kansen voor BVO's!

Een good practice over de wijze waarop PSV en Zicht Online no shows tegengaan



| Project | Hoe no-show wordt tegengegaan door het te koop aanbieden van seizoenkaarten | | | | |
|-----------|---|-------|--------------------|------|---|
| Vakgebied | Ticketing | Clubs | PSV & Zicht Online | Door | Coen Schroots (Coördinator PSV Kaartverkoop), Sybolt Ettema (productmanager Zicht Online) en Rutger Veenema (junior clubadviseur, KNVB Expertise) |

Ongeveer 10 jaar geleden is PSV begonnen met het opzetten van een secondary ticketing platform en met name de mogelijkheid tot doorverkoop van seizoenkaarten. Dit kwam tot stand uit een interessante sponsordeal en de wens om no shows te reduceren. Echter waren de volumes destijds zo klein dat dit een stille dood is gestorven. Nu, 10 jaar later, heeft PSV in samenwerking met Zicht Online hier met succes nieuw leven ingeblazen. Voor KNVB Expertise reden om contact op te nemen met PSV en Zicht Online; een webshopleverancier uit Rotterdam en wereldwijd de meest uitgebreide integrator van SRO-zaken.

Waarom was het 10 jaar geleden geen succes?

In de periode dat PSV de seizoenkaarthouder voor het eerst de mogelijkheid gaf om zijn/haar kaart te koop aan te bieden wanneer er geen gebruik werd gemaakt van een ticket, was het technisch nog niet mogelijk om dit te integreren in de webshop waar ook de nieuwe wedstrijd tickets vanuit de club werden aangeboden. Waar supporters op de clubwebsite konden inloggen om nieuwe kaarten te kopen, moest er op een ander platform worden ingelogd om 'tweedehands' kaarten te kopen. Deze situatie was verre van ideaal omdat veel supporters niet van het bestaan van dit platform af wisten. Er waren dus twee zogenoemde 'kaartenbakken' waar kaarten uit gekocht konden worden. De lage conversie bij de doorverkoop van wedstrijden door seizoenkaarthouders zorgde ervoor dat zij liever hun kaarten weggaven of de plekken leeg lieten, in plaats van deze te koop aan te bieden. De verkoop van een kaart woog vaak niet op tegen het geldelijk gewin.

Daarnaast was het 10 jaar geleden nog veel moeilijker om de supporters te bereiken. Er werden mededelingen gedaan per e-mail, maar dit gebeurde op minder frequente basis dan tegenwoordig. Daarnaast speelde social media nog geen grote rol, waardoor het moeilijk was supporters van informatie te voorzien.

Waarom lukt het nu wel?

Ongeveer een jaar geleden kondigde SRO aan dat er een functionaliteit live ging waarbij het mogelijk werd om eerder verkochte kaarten, zowel losse kaarten als seizoenkaarten, terug in de verkoop te zetten wanneer er uiteindelijk geen gebruik van werd gemaakt. In tegenstelling tot een aantal jaren geleden kon dit nu volledig geïntegreerd worden in de bestaande online ticketverkoop. Deze functie is voor iedereen die gebruikmaakt van de diensten van SRO beschikbaar.

Bij de aankoop van een wedstrijd ticket is het voor de belangstellende supporter nu niet te zien of het kaartje dat wordt gekocht een nieuw kaartje is, of een kaartje dat te koop wordt aangeboden door een seizoenkaarthouder.

PSV heeft er duidelijk voor gekozen dit alleen te doen als service voor seizoenkaarthouders. Met name bij seizoenkaarthouders zijn de no show percentages het hoogst. Wanneer er wedstrijden worden verplaatst door Europese verplichtingen is het mogelijk dat mensen niet meer in de gelegenheid zijn de wedstrijd te bezoeken op het nieuw voorgestelde tijdstip. Nu kunnen de seizoenkaarthouders van PSV ervoor kiezen om hun kaart door te verkopen. In ruil krijgt de seizoenkaarthouder 1/17^e van de prijs van de seizoenkaart retour in de vorm van een 'PSV-voucher'.

"Binnen een aantal wedstrijden hadden wij onze investering alweer terugverdiend".

Coen Schroots – Coördinator PSV Kaartverkoop

Hoe werkt het?

PSV heeft een investering gedaan in het verder ontwikkelen van de online ticketshop op de eigen website. Supporters kunnen inloggen op de website van PSV en kunnen vervolgens een ticket kopen. Wanneer seizoenkaarthouders inloggen hebben zij op hun persoonlijke pagina een extra tabblad waarop zij hun tickets kunnen aanbieden of deze weer uit de verkoop kunnen halen wanneer zij zich bedenken.

Om deze functionaliteit gebruiksvriendelijk te maken heeft PSV samengewerkt met Zicht Online. Dit is een webshopleverancier van SRO4 die veel ervaring heeft met het online aanbieden van tickets voor evenementen. Niet alleen op het gebied van sport maar vooral in de culturele sector worden op dit moment creatieve toepassingen bedacht voor de verkoop van flexibele tickets of eerder aangekochte tickets door Zicht Online. Hierbij zijn het Concertgebouw van Amsterdam en het Concertgebouw van Brussel goede voorbeelden. De gehele implementatietijd is relatief kort. Aangezien de functionaliteit al beschikbaar is in SRO gaat het voornamelijk om de inrichting van de webshop en de training aan de ticketing medewerkers.

Zicht Online is bekend met de API van SRO waardoor dit ook geen moeilijkheden oplevert. Naast PSV maken ook Vitesse, Heracles Almelo, AZ en FC Utrecht gebruik van de diensten van Zicht Online.

Resultaten

Tot nu toe is het invoeren van de doorverkoop functionaliteit een groot succes. PSV is in het seizoen 2018/'19 begonnen met de service en kon meteen goede cijfers overleggen. Zo goed zelfs, dat de investering in de website binnen een aantal wedstrijden al was terugverdiend. In tabel 1 is te zien dat in totaal bijna 90% van de te koop aangeboden tickets door seizoenkaarthouders is verkocht.

Tabel 1

| Datum | Wedstrijd | Aangeboden | Verkocht | %verkocht |
|---------------|------------------|-------------|-------------|---------------|
| 24-nov | SC Heerenveen | 15 | 11 | 73,33% |
| 7-dec | S.B.V. excelsior | 247 | 181 | 73,28% |
| 22-dec | AZ | 132 | 132 | 100,0% |
| 26-jan | FC Groningen | 250 | 225 | 90,0% |
| 3-feb | Fortuna Sittard | 152 | 148 | 97,4% |
| 24-feb | Feyenoord | 46 | 46 | 100,0% |
| 8-mrt | NAC Breda | 259 | 237 | 91,5% |
| 4-apr | PEC Zwolle | 227 | 211 | 93,0% |
| 14-apr | De Graafschap | 164 | 156 | 95,1% |
| 21-apr | ADO Den Haag | 297 | 285 | 96,0% |
| 28-apr | Heracles Almelo | 317 | 233 | 73,5% |
| Totaal | | 2106 | 1865 | 89,37% |

Het is uiteraard lucratiever voor de club om een kaart te verkopen voor een lege stoel dan voor een kaart waar nog een kickback betaald moet worden aan de seizoenkaarthouder. Breng daarom eerst losse tickets op de markt, voordat de mogelijkheid tot doorverkoop mogelijk wordt gemaakt. Wees daarnaast creatief als club en bied de functionaliteit alleen aan in vakken waar schaarste heerst. Wees bewust dat het dus ook mogelijk is op basis van een aantal vakken en niet alleen bij een uitverkocht stadion.

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!

Daarnaast geeft het de supporter die twijfelt over de aankoop van een seizoenkaart een extra argument dit wel te doen. Supporters willen zich sneller committeren aan een seizoenkaart wanneer er minder risico gelopen wordt als men een keer niet kan.

PSV keert de kickback-fee uit in speciale PSV-vouchers. Deze kunnen bijvoorbeeld ingezet worden bij de aankoop van tickets voor Europese wedstrijden of merchandise. Hierdoor zorgt PSV ervoor dat dit geld weer terugvloeit naar de club.

De marketing uitdagingen

De uitdaging voor de clubs blijft om lege stoeltjes in het stadion te vullen. Seizoenkaarthouders weten inmiddels dat de functionaliteit bestaat, en toch wordt er nog niet altijd gebruik van gemaakt. De uitdaging van de club blijft de communicatie richting supporter. De populariteit van de doorverkoopfunctie moet verhoogd worden en tegelijkertijd mogen seizoenkaarthouders niet ontmoedigd worden om zelf naar de wedstrijden te komen.

Een voorbeeld van hoe PSV hiermee omgaat is door in te spelen op de actualiteit. Verplaatsing van wedstrijden geeft de mogelijkheid om het doorverkopen van tickets nogmaals onder de aandacht te brengen.

Tevens kan precies worden uitgelezen welke seizoenkaarthouders er in het stadion aanwezig zijn geweest. Als er van een bepaalde kaart meerdere wedstrijden geen gebruik wordt gemaakt, kan er specifiek een bericht naar deze persoon worden opgesteld. Tevens is de functionaliteit een goede mogelijkheid om te benadrukken dat het een service is vanuit de club richting seizoenkaarthouders waardoor het vaak ook dient als vangnet om bepaalde klachten in te dammen.

Voor vragen over de doorverkoopmogelijkheden van bestaande tickets, neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl.

TIPS:

- **Gebruik de functionaliteit niet alleen bij een uitverkocht stadion, maar ook bij een uitverkocht vak.**
- **Wees creatief in de berichtgeving naar de seizoenkaarthouders en speel in op de actualiteit.**
- **Verkoop eerst de bulk aan losse tickets vóór het openzetten van de doorverkoop-functionaliteit.**