

GUIA BLUETICKET PARA

SEU EVENTO VENDER MAIS

Experiências ao vivo

Vivemos na era da informação em um universo repleto de possibilidades de entretenimento. O tempo todo temos contato com canais de comunicação que nos oferecem oportunidades para sair de casa e aproveitar a vida.

Mas o que buscamos instintivamente são experiências que traduzem a maneira como gostamos de viver e que podem se tornar parte da nossa história. É por isso que as melhores memórias da nossa vida são as que vivemos ao vivo! No fim das contas, o que todos nós estamos buscando são maneiras de aumentar a nossa felicidade e isso parece ser essencialmente tão simples, não é mesmo?

Pensando nisso, criamos esse material para compartilhar com você, **Organizador de Evento**, algumas dicas e recomendações para aperfeiçoar a comunicação do seu evento buscando promover resultados e experiências memoráveis para o público viver grandes momentos.

Desejamos boas vendas!

Índice

1. DEFINA O SEU PÚBLICO ALVO
2. INFORMAÇÃO É ESSENCIAL
3. O PODER DAS REDES SOCIAIS
4. SITE E E-MAIL MARKETING
5. UTILIZE A INFLUÊNCIA DOS ARTISTAS A SEU FAVOR
6. IDEIAS E GATILHOS PARA VENDER MAIS
7. SURPREENDA O SEU PÚBLICO
8. APROVEITE AO MÁXIMO DA BLUETICKET

POR ONDE COMEÇAR?

Defina o seu público alvo

Para criar campanhas efetivas e segmentar a sua comunicação de acordo com o perfil de interesse do seu público é fundamental que você consiga identificar para quem irá divulgar o seu evento. Com isso, as suas ações serão mais assertivas e você perceberá que seus resultados também irão aparecer mais rápido.

Neste **artigo** da Endeavor sobre público alvo, você pode entender melhor quais são as perguntas necessárias para ampliar a sua compreensão do seu público e trazer para sua prática maneiras que aperfeiçoem as campanhas para seus eventos.

CONTEÚDO E CANAL DE VENDAS

Informação é essencial

O básico é conteúdo! Quando se trata de influenciar as pessoas na divulgação do seu evento, a qualidade do conteúdo é uma das coisas mais importantes para você apostar. Com informações completas, as pessoas se sentirão confiantes de que irão viver uma boa experiência! Certifique-se de que o seu evento realmente apresenta todo o conteúdo que o seu público precisa saber. Considere avaliar o release, a descrição dos produtos, o mapa da estrutura com a disposição dos espaços, dentre outras informações importantes. Não esqueça de atualizar a Blueticket toda vez que tiver uma nova informação importante, tudo bem?

Onde vende? Essa é uma das perguntas mais recorrentes no público que está buscando um canal de compra de seus ingressos. Então lembre-se de que, quanto mais você divulgar o seu evento para o público certo e mais clara estiver a informação de onde comprar, mais acessos qualificados você atrairá para a sua página de vendas. Portanto, busque sempre direcionar a sua divulgação para o seu evento na Blueticket expondo a marca para que o seu público associe o canal de vendas.

Faça o download da marca Blueticket para utilizar em seus materiais!

DICAS PRÁTICAS

O poder das **redes sociais**

- › Caso o engajamento da sua fanpage no Facebook seja baixo e você ainda não patrocine as suas publicações, recomendamos que você comece a patrociná-las. Para começar, não é necessário investir um grande valor e isso potencializará o alcance na divulgação do seu público de forma eficiente. Aprenda a patrocinar postagens, [neste link](#).
- › Em sua fanpage no Facebook, habilite o botão “comprar agora” e direcione o link para a página de vendas do seu evento no site da Blueticket. Se você possui muitos eventos ativos na Blueticket, solicite o seu link personalizado para listar todos os seus eventos. Veja como ativar o botão “comprar agora” [neste link](#).
- › Outra forma de divulgar o seu evento é criando um evento oficial no Facebook e convidando as pessoas que podem se interessar por ele. Veja como criar e todos os detalhes relacionados, [neste link](#).

DICAS PRÁTICAS

Site e **Email Marketing**

- › Em seu site, tenha um menu especial para a agenda de seus eventos e certifique-se de que o link está sendo direcionado para a página de vendas dos ingressos no site da Blueticket. Se você tiver uma agenda com muitos eventos ativos na Blueticket, você pode solicitar um link especial para listar somente os seus eventos. Como [neste exemplo](#).
- › E-mail continua sendo uma excelente forma de divulgação e comunicação. Se você possui uma base de e-mails de seus clientes, segmente suas campanhas de acordo com o interesse do seu público e utilize a sua base para aumentar as vendas. Se você ainda não tem uma base de e-mails, você pode começar disponibilizando um local especial em seu site para que as pessoas interessadas se cadastrem.

Quer saber mais sobre E-mail Marketing?

Confira neste [artigo](#) estatísticas de e-mail marketing essenciais para suas campanhas.

INFLUENCIADORES DIGITAIS

Utilize a **influência dos artistas**

- › Os artistas são grandes influenciadores. Você pode solicitar para que o artista do seu evento grave um vídeo convidando o público para realizar a compra no site da Blueticket. Veja esse exemplo de **vídeo** publicado na página do artista.
- › Você pode fazer uma promoção de acesso ao camarim para que os sorteados conheçam e tirem fotos com os artistas do seu evento. Memórias assim são sempre marcantes e pode ter certeza de que seu público irá gostar, recomendar e querer voltar em seus eventos.

CHAMADAS QUE FUNCIONAM

Gatilhos para **vender mais**

- › Você pode iniciar a venda do seu evento com valores promocionais e comunicar essa estratégia na divulgação do seu evento para que o público priorize a compra antecipada.
- › Informações como datas definidas para a virada de lotes, valores promocionais ou outros benefícios limitados, geram grande apelo de vendas por transmitir a sensação de escassez. O público interessado não irá perder a oportunidade de ir ao evento se você instigá-lo com informações que dêem mais benefícios ao comprar antecipadamente.

NO DIA DO EVENTO

Surpreenda o seu público

- › Surpresas positivas são sempre agradáveis, não é mesmo? Então que tal desenvolver uma estratégia para surpreender o seu público no dia do evento com brindes ou ações especiais? Dentro das suas possibilidades, pense que tipo de experiência poderia ser marcante para o seu público e coloque-a em prática. Acesso ao camarim para conhecer o artista e brindes especiais são alguns exemplos que você pode colocar em prática para surpreender o seu público.
- › Certifique-se que a sinalização de acesso ao evento esteja clara e que o seu público não encontrará dificuldade em chegar até o local. Caso o local possua setores, é importante que o seu público consiga identificá-los de forma rápida.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Aproveite ao máximo da **Blueticket**

Aplicativo para Organizadores

Sabemos que o mundo do entretenimento ao vivo é acelerado e soluções que ofereçam praticidade e confiança serão sempre bem vindas. O aplicativo Blueticket para Organizadores é **perfeito para você acompanhar as vendas do seu evento** com a praticidade do seu celular. Faça o download gratuitamente na [Apple Store](#) ou no [Google Play](#).

Ingresso Digital

Você já conhece o Ingresso Digital da Blueticket? Com ele, o seu público compra online e no dia do evento pode apresentar o ingresso impresso ou no celular, sem precisar passar pela bilheteria. **Com índice de satisfação do público de 90%, o Ingresso Digital é simples, seguro e deixará uma ótima impressão para o seu evento.** Utilize e divulgue essa conveniência em seu evento! Entre em contato com a nossa equipe para saber como utilizá-lo em seu evento.

Pesquisa de Satisfação Pós Evento

A Blueticket tem um grande compromisso com a evolução constante dos serviços e ouvir o cliente após ele ter vivenciado uma experiência ao vivo é um dos meios que usamos para melhorar as nossas práticas. Você sabia que **em todo pós evento é realizado o envio de uma pesquisa de satisfação do seu evento** e que você pode ter acesso às respostas? Basta solicitar que disponibilizamos para você.

Clube Blueticket

O Clube Blueticket é um produto de sucesso da Blueticket e um de seus objetivos é **promover atrativos de vendas** para os Organizadores que desejam trazer mais público para a página de vendas. Uma das formas que você pode utilizá-lo em seu evento é disponibilizando um valor promocional para que seu público se sinta ainda mais estimulado a realizar a compra.