



Extrait du Close-Up.it - storie della visione

<https://www.closeup-archivio.it/keepon-sceglie-oooh-events-la-vendita-e-la-parte-finale-del-percorso-informativo>

KeepOn sceglie OOOH.Events: la vendita è la parte finale del percorso informativo

- NEWS -



Date de mise en ligne : mercoledì 23 maggio 2018

Close-Up.it - storie della visione

Inizia oggi la collaborazione tra [KeepOn Live](#) e [OOOH.Events](#), per portare i servizi di prevendita online ai club e festival che fanno parte della prima Associazione di categoria dedicata agli eventi live.

KeepOn Live dialoga con un circuito di 289 club e oltre 50 festival, con più di 6 milioni di presenze all'interno di oltre 31.000 concerti annuali: un settore - quello degli eventi dal vivo - in grande espansione e già da tempo attento alle opportunità offerte dai moderni sistemi di biglietteria e prevendita. E allora da cosa nasce l'esigenza di questa collaborazione?

Uno degli scopi di KeepOn Live è quello di scandagliare il mercato per identificare le soluzioni più interessanti per i propri associati e per il pubblico. Nonostante gli associati non siano nuovi all'utilizzo di servizi di prevendita, con OOOH.Events KeepOn Live ha trovato un servizio di biglietteria online self-service moderno, semplice da usare per lo spettatore e per l'organizzatore e anche molto contenuto nei costi.

Altro aspetto importante è che OOOH.Events è un servizio conforme alle specifiche della normativa e che - in quanto appunto "self-service" - consente all'organizzatore di essere completamente autonomo nella scelta di tariffe, offerte e promozioni, senza mediazioni nel dialogo con il proprio cliente.

Secondo Umberto Cipriani, CEO di Tixplan (la società che gestisce OOOH.Events) la piattaforma di biglietteria online è il tassello finale del processo di comunicazione con il pubblico: rispetto a qualche anno fa, quando gli strumenti di comunicazione erano limitati a TV, Radio, Stampa e Affissioni, oggi è più semplice diffondere le informazioni sul prodotto che stiamo vendendo, grazie a Internet, ai Social e ai fenomeni di diffusione virale. Una comunicazione "a senso unico" però rischia di essere improduttiva e replicare meccanismi del passato: non possiamo limitarci a informare il cliente, una volta ottenuta la sua attenzione è necessario concludere la "vendita" - che sia un biglietto o una consumazione o un bundle tra i due - e avere così subito un riscontro concreto.

In questo scenario, OOOH.Events cerca di colmare alcune lacune presenti nell'offerta di sistemi di vendita online, sia nelle funzionalità (dalla gestione dei promoter alla gestione dei bundle, delle promozioni o dei coupon) che nel costo, visto che il servizio è gratuito per l'organizzatore e volutamente tra i più bassi del settore per lo spettatore.

È per questi elementi che KeepOn Live, insieme ai propri Live Club e Festival associati, ha scelto OOOH.Events come partner per le biglietterie online: ormai non è più possibile prescindere non solo da elementi tecnici, come la usability di un servizio online, ma anche da quelli economici - per rispetto verso il cliente finale - e di tutela dell'ambiente con l'adozione di biglietti digitali paperless. Anche la tracciabilità del percorso che porta all'acquisto di un biglietto è elemento chiave che consente a KeepOn Live, e ai suoi associati, di misurare in modo puntuale l'andamento delle vendite e il lavoro di comunicazione che si fa su un evento.