

seizoensstart checklist

1

Programma ontvangen

(minstens 5 weken voor verkoop)

- ☐ Is het programma volledig aangeleverd met juiste data, titels, prijstypes en formules?
- ☐ Zijn alle contractuele en financiële afspraken bevestigd (rechten, honoraria, co-producties...)?
- ☐ Zijn eventuele technische of programmatorische uitzonderingen duidelijk benoemd?

2

Systeemcheck

(minstens 5 weken voor verkoop)

- ☐ Zijn alle **zaalplannen** actueel en afgestemd op de productie (inclusief aangepaste tribunes of uitzonderlijke opstellingen)?
- ☐ Zijn **prijstypes, kortingen en prijslijsten** gecontroleerd én opgeschoond (oude types verwijderd)?
- ☐ Werd er bepaald welke **formules** er aangeboden zullen worden (bv. vriendenpassen, abonnementen of series)?
- ☐ Zijn ook de opties zoals **vroegboekkortingen of voordeelcombi's** verwerkt indien voorzien?

3

Afstemming met partners

(minstens 3 weken voor verkoop)

- ☐ Is ticketmatic op tijd ingelicht over je verkoopschema en technische wensen?
- ☐ Is er een aanspreekpunt voorzien voor last-minute vragen of ondersteuning?
- ☐ Is de webbouwer op de hoogte van:
 - ☐ de lanceerdatum
 - ☐ de verkooplink(s)
 - ☐ verwachte piekbelasting
 - ☐ de gewenste weergave of integratie?

4

Aanmaak en testing

(minstens 2 weken voor verkoop)

- ☐ Zijn alle evenementen correct aangemaakt, met de juiste koppelingen aan prijstypes, zalen en formules?
- ☐ Is de volledige verkooppagina getest, inclusief:
 - ☐ prijsverloop per categorie
 - ☐ beperking op aantal tickets (indien nodig)
 - ☐ uitzonderlijke voorwaarden per productie
- ☐ Zijn eventuele voorrangperiodes of exclusieve verkoopmomenten correct ingesteld?

5

Website en verkeer

(minstens 1 week voor verkoop)

- ☐ Is de **technische stabiliteit** van de website getest (incl. loadtest indien grote verkoopgolf)?
- ☐ Moet er iets voorzien worden om verkeer te stroomlijnen (bv. een splash pagina)?
- ☐ Zijn de **verkooplinks geactiveerd en getest** vanuit communicatiekanalen (zoals nieuwsbrieven, sociale media, homepage)?

6

Dag van de verkoop

- ☐ Volg de verkoop op in real time via dashboards of rapportering
- ☐ Schakel waar nodig handmatig de wachtlijst in bij uitverkochte voorstellingen
- ☐ Beantwoord of monitor vragen en foutmeldingen via balie, telefoon of e-mail
- ☐ Check of instellingen m.b.t. transactiekosten, verzendopties of betaalkanalen correct verlopen

7

Analyse na lancering

- ☐ Analyseer de verkoop: wie heeft gekocht? Wanneer? Voor wat?
- ☐ Vergelijk verkoop per productie, per doelgroep of prijstype
- ☐ Detecteer traag verkopende producties en bepaal of extra marketing acties zoals retargeting campagnes nodig zijn
- ☐ Segmenteer doelgroepen voor gerichte opvolgcampagnes of nieuwsbrieven
- ☐ Rapporteer intern (bv. aan programmatoren of marketingteam) de eerste inzichten

