

Guide

Marketing

Softwareversion: 2021.1

Dokumentenversion: 4.0

Stand: 11.02.2022

© CTS EVENTIM Solutions GmbH

eventim**inhouse**

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|----------|
| 1. | Einleitung | 5 |
| 2. | Kundendaten | 6 |
| 3. | Marketingaktivitäten | 7 |
| 3.1 | Kundendatenselektion | 7 |
| 3.2 | Kundeninformationen | 9 |
| 3.2.1 | Kundenmerkmale anlegen | 9 |
| 3.2.2 | Kundenmerkmale zuweisen | 10 |
| 3.2.3 | Kundeninformationen im Reservierungsfenster | 10 |
| 3.2.4 | Kontakthistorie | 11 |
| 3.3 | Service-Mails | 12 |
| 3.3.1 | Service-Mails mit dem WYSIWYG-HTML-Editor gestalten | 13 |
| 3.3.2 | Beispiel für eine Service-Mail vor einer Veranstaltung | 19 |
| 3.3.3 | Einschränkungen bei der Vorbelegung vornehmen | 21 |
| 3.3.4 | Variable Veranstaltungstexte für Veranstaltungs-E-Mails nutzen | 22 |
| 3.3.5 | Tipps zur Einbindung von Links in die E-Mail-Vorlage | 24 |
| 3.3.6 | Versand von Mailings in der Veranstaltung/Produktion konfigurieren | 25 |
| 3.3.7 | Massenzuweisung von Produktionen/Veranstaltungen | 30 |
| 3.3.8 | E-Mail-Versand überprüfen | 31 |
| 3.4 | Kampagnen | 33 |
| 3.4.1 | Kampagnen einrichten | 33 |
| 3.4.2 | Mailingaktionen durchführen | 34 |
| 3.4.3 | Kampagnen-Sendeprotokoll | 38 |
| 3.4.4 | Löschen von Kampagnen und Mailingaktionen | 39 |
| 3.4.5 | Mailingaktionen gezielt einsetzen | 40 |
| 3.4.6 | Erfolgskontrolle | 43 |
| 3.5 | Newsletter-Funktion | 44 |
| 3.5.1 | Newsletter-Kennzeichen verwalten | 45 |
| 3.5.2 | Newsletter-Auswahl im INHOUSE-Webshop | 48 |
| 3.6 | Marketingcodes | 50 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 3.6.1 | Auftragsmerkmalgruppen anlegen | 50 |
| 3.6.2 | Auftragsmerkmale anlegen | 51 |
| 3.6.3 | Erfolgskontrolle | 55 |
| 3.7 | Telemarketingaktionen | 56 |
| 3.7.1 | Telemarketingaktionen einrichten | 57 |
| 3.7.2 | Telemarketingaktionen durchführen | 58 |
| 3.8 | Kundenkarte | 59 |
| 3.9 | Verkaufssteuerung mit Mengenkontingenten | 61 |
| 3.10 | Promotions | 64 |
| 3.10.1 | Verkaufsart anlegen | 64 |
| 3.10.2 | Konstanten bearbeiten | 65 |
| 3.10.3 | Ermäßigungsaktion einrichten | 66 |
| 3.10.4 | Preise für die Ermäßigungsaktion festlegen | 70 |
| 3.10.5 | Aktionscode im Kartenverkauf nutzen | 72 |
| 3.10.6 | Aktionscode im INHOUSE-Webshop nutzen | 75 |
| 3.10.7 | Erfolgskontrolle | 76 |
| 3.11 | Verkauf von Zusatzleistungen | 77 |
| 3.12 | Upselling – Empfehlungen im Warenkorb | 78 |
| 3.13 | Connect Online | 80 |
| 3.13.1 | Verkauf über die EVENTIM-Portale | 81 |
| 3.13.2 | EVENTIM App | 82 |
| 3.13.3 | Vertriebsweg TUI | 83 |
| 3.13.4 | Vertriebsweg ADAC | 83 |
| 3.14 | EVENTIM.Inhouse-Webshop | 83 |
| 3.15 | Ticketlayouts werbewirksam gestalten | 84 |
| 3.16 | TicketDirect, -Mobile und -Wallet für Abonnements und Einzelkarten | 85 |
| 3.17 | Kalendermarketing | 86 |
| 4. | Auswertungen | 88 |
| 4.1 | ABC-Analyse | 88 |
| 4.2 | EVENTIM.Campaign | 92 |

| | | |
|-----------|-----------------------------|-----------|
| 4.3 | EVENTIM.Analytics | 92 |
| 4.4 | Tracking im INHOUSE-Webshop | 93 |
| 5. | Index | 95 |
| 6. | Kontakt | 97 |

1. Einleitung

Das Marketing bereitet mit seinen Analysen, Aktivitäten und Kampagnen den Boden für den erfolgreichen Verkauf von Karten und Abonnements an der Kasse und über andere Vertriebskanäle.

EVENTIM.Inhouse verfügt über zahlreiche Funktionen, die Sie bei Ihren Marketingaktivitäten unterstützen können. Wichtig ist, dass Sie Ihre Kundendaten an einer zentralen Stelle führen. Ist in Ihrem Haus ein gemeinsamer Adressdatenpool vorhanden, lassen sich Marketingaktivitäten auf einfache Weise durchführen und analysieren. Die in INHOUSE enthaltenen Verkaufs- und Kundendaten ermöglichen eine optimale Segmentierung der Kunden, die, z. B. mithilfe von Kampagnen, zielgruppengerecht angesprochen werden können. Über verschiedene Auswertungen lassen sich Wirksamkeit und Erfolg von Kampagnen kontrollieren.

Für die zeitnahe, zielgerichtete Information Ihrer Veranstaltungsbesucher steht Ihnen ebenfalls ein wirkungsvolles Werkzeug zur Verfügung: Automatische Service-Mails vor und nach Veranstaltungen, die Sie mittels eines integrierten HTML-Editors entsprechend Ihrem Corporate Design gestalten können.

Dieser Leitfaden stellt übersichtlich alle Themen rund um Kundenbindung und Marketing vor, die für erfolgreiche Maßnahmen aus dem Ticketingsystem heraus gesteuert werden können. Wir zeigen auf, wie die verschiedenen Vertriebswege Kasse, INHOUSE-Webshop und die EVENTIM-Netzwerke über Connect Online erfolgreich genutzt werden können.

EVENTIM.Inhouse bietet Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten, den Erfolg Ihrer Maßnahmen auszuwerten. Anhand dieser Erfolgskontrollen können Sie Ihre zukünftigen Marketingaktivitäten gezielt steuern.

Sollten Sie Hilfe bei der Zusammenführung Ihrer Adressdaten oder der Durchführung von Marketingaktivitäten benötigen, unterstützen wir Sie gerne.

2. Kundendaten

Die Kundenverwaltung ist das A und O des Marketings. Ein vollständiger und aktueller Kundendatenbestand erleichtert Ihnen die Durchführung von Marketingaktionen und führt zu sichtbaren Ergebnissen. Daher ist es wichtig, dass Sie Ihre Kundendaten von Anfang an vollständig und korrekt erfassen und Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anweisen, dies ebenfalls zu tun. Nur so wird sichergestellt, dass Sie durch den Einsatz von EVENTIM.Inhouse den bestmöglichen Nutzen erzielen.

Die Grundlage, auf die in allen INHOUSE-Applikationen zurückgegriffen werden kann, bildet die zentrale Adressdatenbank, die Sie über den Menüpunkt *Kundenverwaltung* erreichen. Diese ermöglicht es Ihnen, zentrale Kundendaten mit verschiedenen Zusatzdaten zu ergänzen. Eine ausführliche Dokumentation zur Kundenverwaltung finden Sie auf www.eventim-inhouse.de

Durch die Adresspflege, die Optionen des Imports, des Reimports und der Dublettenbereinigung haben alle Abteilungen in Ihrem Haus die Möglichkeit, auf eine zentrale, einheitliche und aktuelle Adressdatenbank zuzugreifen. Gewonnene Kundenadressen vergrößern Ihren Datenpool für Marketingaktionen, aussagekräftige Kundenstatistiken können nachhaltig die Beratungsqualität verbessern.

Hinweis

Neue Adressdaten sollten unbedingt systematisch gesammelt und erfasst werden. Beachten Sie bei der Erhebung von Kundendaten die Ansprüche, die sich aus der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) ergeben. Eine separate Dokumentation zum diesem Thema finden Sie auf www.eventim-inhouse.de.

3. Marketingaktivitäten

Ziel der Marketingfunktionalität von INHOUSE und insbesondere der Applikation *Marketing* als Anwenderschnittstelle ist es, Kundenvorlieben und Wünsche zu dokumentieren und transparent zu machen. Dies ermöglicht u. a. das Kennenlernen der Kunden sowie eine gezielte Kommunikation zur Steigerung der Kundenbindung und der Verkaufszahlen.

Hinweis

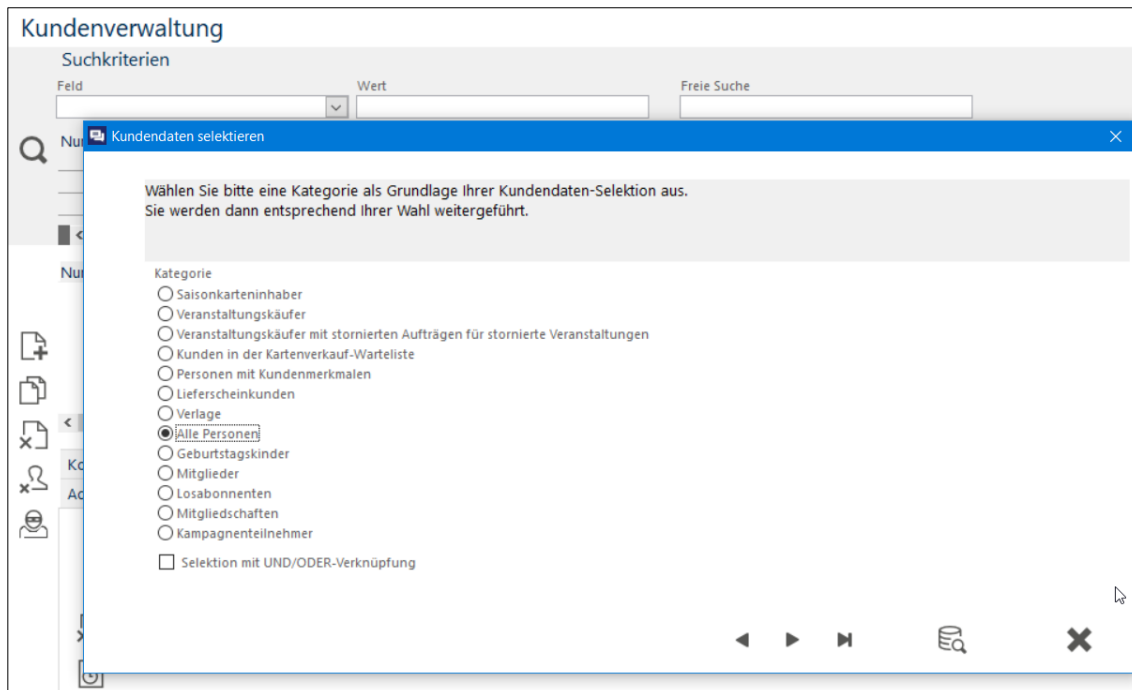
Für die Marketing-Applikation ist eine entsprechende Nutzungslizenz erforderlich. Bitte wenden Sie sich bei Interesse an unseren Vertrieb unter vertrieb@eventim.de.

3.1 Kundendatenselektion

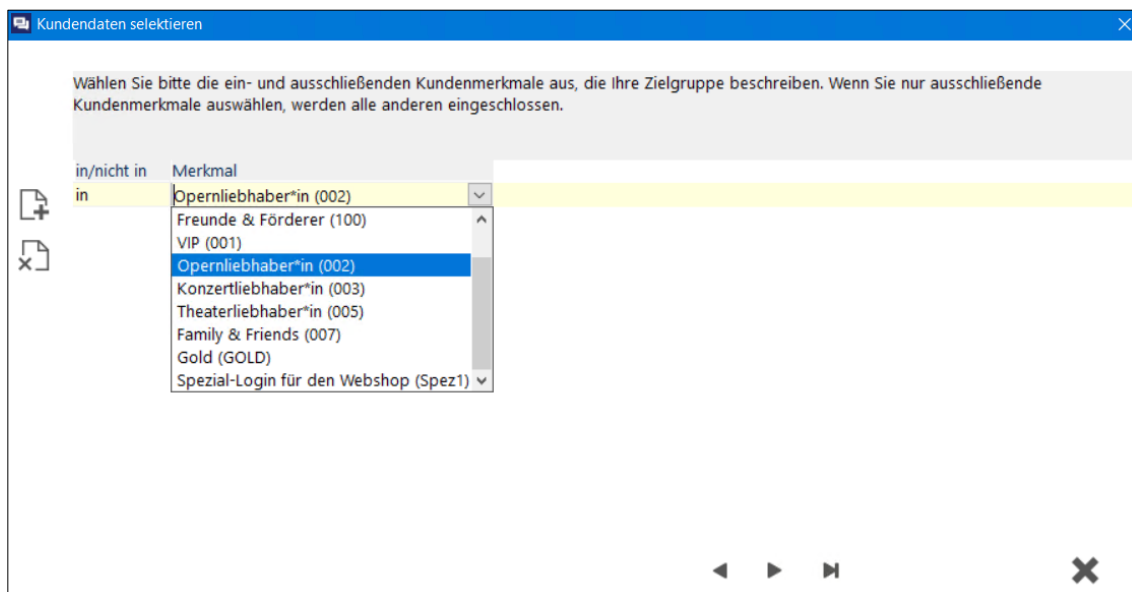
INHOUSE bietet Ihnen die Möglichkeit, Kundendaten in vielen Kombinationen zu selektieren. So können Sie z. B. alle Kunden, denen Sie zuvor das Merkmal „Opernliebhaber*in“ zugewiesen haben, für bestimmte Marketingaktivitäten auswählen. Häufig werden auch alle Käufer, die Karten für eine bestimmte Veranstaltung gekauft haben, ausgewählt, um dieser Personengruppe weitere Angebote zu präsentieren.

Hierfür steht Ihnen nach dem Öffnen der Kundenverwaltung im Menü *Extras* das Programm *Kundendaten selektieren...* zur Verfügung.

→ **Marketing / Stammdaten / Kundenverwaltung / Extras / Kundendaten selektieren...**



Im weiteren Verlauf können Sie bestimmte Merkmale, die für Ihre Zielgruppe gelten sollen, ein- bzw. ausschließen.



Das Anlegen von Kundenmerkmalen wird in Kap. 3.2.1 beschrieben. Das Ergebnis der Selektion kann z. B. direkt in der Kundenverwaltung aufgerufen oder als Adressliste ausgegeben werden.

Eine weitere Möglichkeit der Kundendatenselektion ist die Selektion nach Veranstaltungskennzeichen wie

z. B. nach Spielstätte, Verkaufsart etc., um den selektierten Kunden anschließend bestimmte Merkmale zuzuweisen. Wählen Sie als Ziel der Selektion *Kundenmerkmal setzen* aus und legen Sie das gewünschte Kundenmerkmal fest. Die unterschiedlichen Selektionsziele werden in unserer [Dokumentation zur Kundenverwaltung](#) ausführlich beschreiben.

Hinweis

Denken Sie bei Selektionen für besondere Verkaufsaktionen daran, die Abonnenten auszuschließen, die die zu bewerbende Produktion als Bestandteil einer Serie besuchen werden.

3.2 Kundeninformationen

Erweitert wird die Marketingbasisfunktionalität durch die Möglichkeit, Kundendaten der zentralen Adressdatenbank mit verschiedenen Zusatzdaten anzureichern.

Auch selbst definierbare Merkmale (z. B. VIP, Opernliebhaber*in) können das Kundenprofil ergänzen. Diese Merkmale können automatisiert als Zeile der Adressselektion oder beim Datenimport z. B. aus anderen Systemen den Adressen zugewiesen werden.

3.2.1 Kundenmerkmale anlegen

Legen Sie im Programm *Kundenmerkmalgruppen bearbeiten* zunächst übergeordnete Merkmalsgruppen an. Im nächsten Schritt können Sie die Kundenmerkmale anlegen. Für das Zuweisen der Kundenmerkmale stehen Ihnen verschieden Möglichkeiten zur Verfügung (siehe Kap. 3.2.2).

→ **Systemverwaltung** / Kundendaten / Kundenmerkmale bearbeiten

Kundenmerkmale bearbeiten

Suchkriterien

| Kennung | Bezeichnung | Merkmalsgruppe | Anzeigereihenfolge | CES Austausch |
|---------|-------------|----------------|--------------------|--------------------------|
| | | Oper (002) | | <input type="checkbox"/> |
| | | Konzert (003) | | <input type="checkbox"/> |
| | | Theater (004) | | <input type="checkbox"/> |

Bezeichnung

- Opernliebhaber*in (002)
- Konzertliebhaber*in (003)
- Theaterliebhaber*in (005)

Kennung

002

Bezeichnung

Opernliebhaber*in

Merkmalsgruppe

Oper (002)

Anzeigereihenfolge

2

CES Austausch

Manche Kunden verwenden Hilfsmerkmale für eine Vorabselektion ihrer Kundendatensätze. Diese Hilfsmerkmale sollen in der Regel nicht über die CES-Schnittstelle übertragen werden. Dies lässt sich über die Checkbox *CES Austausch* steuern. Standardmäßig ist die Checkbox aktiviert.

3.2.2 Kundenmerkmale zuweisen

Kundenmerkmale können nach einer Kundendatenselektion (siehe Kap. 3.1), nach einer ABC-Analyse (siehe Kap. 4.1) oder noch während des Verkaufsvorgangs pro Kunde über die Karteikarte *Merkmale* in der Kundenverwaltung zugewiesen werden.

→ **Marketing** / Stammdaten / Kundenverwaltung

| Merkmale | Gruppe | Merkmale | Gruppe | Änderungsdatum |
|-------------------------------|------------|---------------------------|------------------------|---------------------|
| Freunde & Förderer | VIP (001) | Konzertliebhaber*in (003) | Konzert (003) | 28.02.2017 15:25:51 |
| VIP | VIP (001) | Theaterliebhaber*in (005) | Theater (004) | 28.02.2017 15:25:48 |
| Gold | VIP (001) | Family & Friends (007) | Family & Friends (005) | 28.02.2017 15:25:41 |
| Spezial-Login für den Webshop | VIP (001) | | | |
| Opernliebhaber*in | Oper (002) | | | |

3.2.3 Kundeninformationen im Reservierungsfenster

Im Reservierungsfenster des Kartenverkaufs werden die zugewiesenen Merkmale angezeigt und stehen so Ihren Mitarbeitern an der Kasse zur Verfügung.

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Durch die Sichtbarkeit der Merkmale ist eine gezielte Ansprache der Kunden möglich. Daher ist es wichtig, dass jeder Verkauf mit einer Kundennummer verknüpft wird. Nur so kann sichergestellt werden, dass Ihre Kundendaten stets aktuell sind. Wichtige Informationen zu Ihren Kunden bleiben erhalten und sind für alle berechtigten Mitarbeiter abrufbar. Neben Kundenmerkmalen werden hier ggf. weitere Informationen angezeigt wie z. B. ein ABC-Merkmal, Gutscheine, Kundenguthaben oder Notizen zur Kontaktaufnahme.

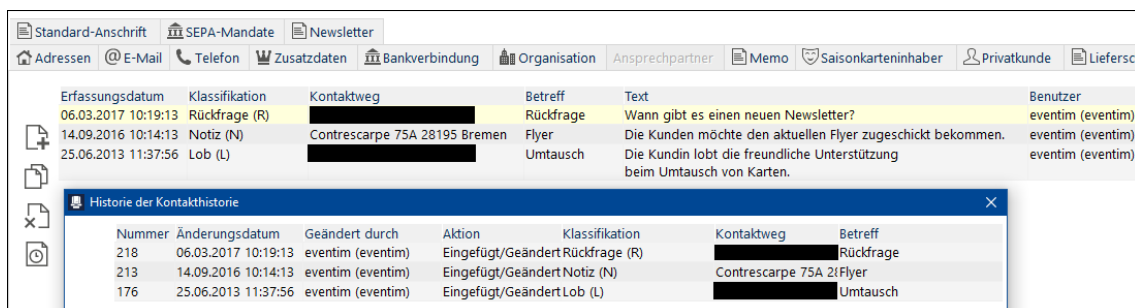
Damit die Kundeninformationen im Reservierungsfenster angezeigt werden, muss die Checkbox *Anzeige Kundenmerkmale* im Kassiererprofil aktiviert sein (**Systemverwaltung / Berechtigungen / Kassiererprofile KV bearbeiten** bzw. *Kassiererprofile ABO bearbeiten*).

Ein Hinweissymbol weist – je nach Einstellung (**Systemverwaltung / Berechtigungen / Kassiererprofile KV bearbeiten** > *Checkbox Kundendaten zum Auftrag erfassen*) – darauf hin, dass dem Auftrag noch kein Kunde zugeordnet wurde bzw. noch keine Kundendaten erfasst wurden. Nach Bestätigung der Meldung öffnet sich die Kundenverwaltung.

3.2.4 Kontakthistorie

In der Kundenverwaltung steht Ihnen im Detailbereich der Kundendaten die Karteikarte *Kontakthistorie* zur

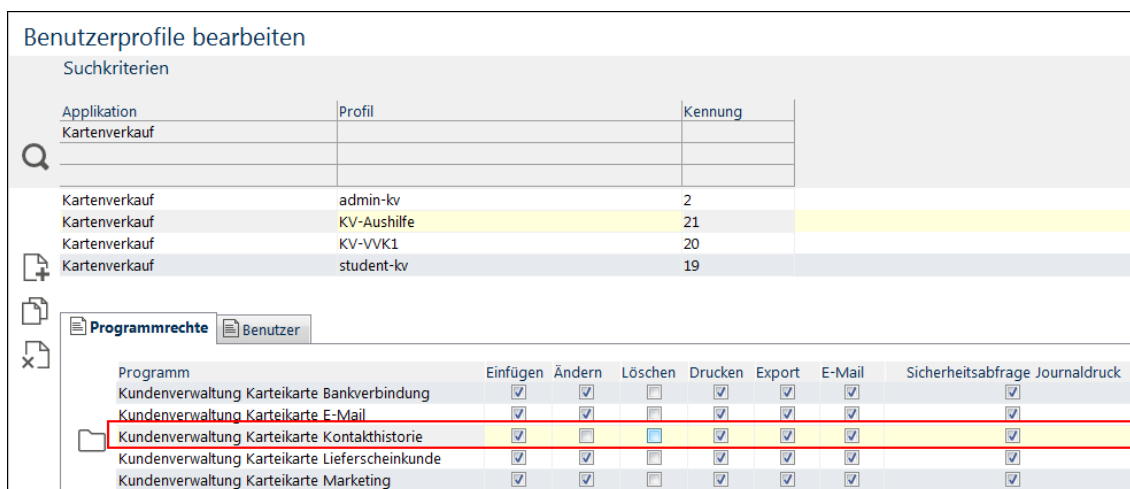
Verfügung. Über diese Karteikarte können alle Interaktionen zwischen Veranstaltern und Kunden aufgezeichnet werden. Die Einträge lassen sich bei Bedarf nachträglich editieren oder löschen. So bleibt die Kontakthistorie übersichtlich und wichtige Informationen sind für alle Mitarbeiter schnell zugänglich.



Über das Icon *Historie anzeigen* können Sie ein Protokoll aufrufen, das alle bisherigen Änderungen anzeigt. Das Protokoll kann bei Bedarf ausgedruckt werden.

Die Möglichkeit, die Kontakthistorie zu bearbeiten, lässt sich über das Programmrecht *Kundenverwaltung Karteikarte Kontakthistorie* steuern. So können Sie z. B. die Einstellungen für eine Aushilfe einschränken, sodass diese nur Einträge einfügen, aber nicht ändern oder löschen darf.

→ **Systemverwaltung / Berechtigungen / Benutzerprofile bearbeiten**



Die *Kontakthistorie* wird Ihnen in den Applikationen *Kartenverkauf* und *Saisonkarten* angezeigt. Die Anzeige der Kontakthistorie muss zuvor im Programm *Benutzerprofile bearbeiten (Systemverwaltung / Berechtigungen)* freigeschaltet werden.

Die Klassifikationen, die in der Kontakthistorie zur Auswahl stehen sollen, werden im Programm *Profile bearbeiten (Systemverwaltung / Basisdaten)* angelegt.

3.3 Service-Mails

Mit unseren Funktionalitäten rund um das Thema Service-Mails lassen sich serviceorientierte Mailings

effektiv verwalten und durchführen. Diese Mailings können so konfiguriert werden, dass sie vor bzw. nach einer Veranstaltung automatisch versendet werden.

Zur Einrichtung verschiedener Mailings stehen Ihnen in der Applikation *Marketing* folgende Programme zur Verfügung:

- *Kampagnen-E-Mails bearbeiten*: Mit diesem Programm legen Sie E-Mail-Vorlagen für Mailingaktionen an. Lesen Sie hierzu Kapitel 3.4.
- *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten*: Mit diesem Programm legen Sie Service-Mails für die sogenannten Pre- und Post-Mailings an.

Im Rahmen der Kundenbindung können Sie mithilfe des Programms *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten* Service-Mails für jede beliebige Veranstaltung anlegen.

So lässt sich per E-Mail an die Besucher jeder Veranstaltungsbesuch vorbereiten (Pre-Mailing), z. B. mit Informationen zur Veranstaltung, als Erinnerung an Datum und Uhrzeit, mit Hinweisen zur Verkehrslage, zu Parkmöglichkeiten, mit einer kurzen Stückdarstellung etc. Viele Häuser bieten Ihre Programmhefte z. B. auf <http://issuu.com> an, die entsprechende URL lässt sich ebenfalls in eine Service-Mail einbinden. Sollten Sie Videos auf Ihrer Internetseite bereitstellen, können Sie diese ebenso einfach in Ihre E-Mail integrieren.

Eine weitere E-Mail kann – ebenso vollautomatisch – nach der Veranstaltung an alle Besucher verschickt werden (Post-Mailing). Darin können Sie z. B. auf weitere passende Veranstaltungen aufmerksam machen und/oder um eine Bewertung der Veranstaltung bzw. um einen Eintrag in Ihr Gästebuch bitten, sofern vorhanden.

Service-Mails können an alle Kartenkäufer und Abonnenten verschickt werden, deren E-Mail-Adresse bekannt ist.

3.3.1 Service-Mails mit dem WYSIWYG-HTML-Editor gestalten

Für den Versand von Mailings vor bzw. nach einer Veranstaltung steht Ihnen das Programm *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten* zur Verfügung. Damit können Sie E-Mail-Vorlagen anlegen, deren Versand im nächsten Schritt in den betreffenden Veranstaltungen bzw. Produktionen detailliert gesteuert werden kann.

Für die Gestaltung der E-Mail-Vorlagen können Sie den integrierten WYSIWYG-HTML-Editor nutzen.

Hinweis

Für die Nutzung des HTML-Editors muss auf dem Rechner, der EVENTIM.Inhouse ausführt, eine aktuelle Version des *MS Internet Explorers* installiert sein.

→ **Marketing** / Stammdaten / *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten*

Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten

Nummer 1083 Bezeichnung Marketing-Leitfaden 2019 Deaktiviert Default-Sprache deutsch Absender E-Mail Blindkopie (BCC)

E-Mail-Vorlagen Vorschau Anhänge Basis-Mailing Produktionen Veranstaltungen

Sprache deutsch Betreff [TIT1] | Ihr Besuch am [DATE] Variable Felder Dies ist mein Text Nr. 18. Kennung [VTXT18]

HTML-Editor

Design HTML

✓
✗

► **Laden Sie Ihre Freunde ein**

Haben Sie Bekannte, mit denen Sie schon länger einen gemeinsamen Theaterbesuch geplant haben? Dann leiten Sie Ihren Freunden gleich diese E-Mail weiter und schlagen Sie vor, über diesen [Link](#) für [TIT1] Karten zu kaufen.

► **Kurz zusammengefasst**

[VA_MEMO] Weitere Informationen finden Sie [hier](#). Quelle: [VTXT7]

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Ihr Besucherservice

Variable Felder Kennung

| | |
|---|--------------|
| Veranstaltung: Einlaßzeit | [EINLASS] |
| Veranstaltung: externe Referenz | [VONR_EXT] |
| Veranstaltung: externer Memotext | [VA_MEMO] |
| Veranstaltung: Künstler | [VOKSTL] |
| Veranstaltung: Kz. fixer Veranstaltungstermin | [DATE_FIX] |
| Veranstaltung: Matchcode des Veranstalters | [VEAVNR] |
| Veranstaltung: Nationalität des Distributors | [VO_DST_NAT] |
| Veranstaltung: Nummer der Spielstätte | [SANR] |
| Veranstaltung: Produktionsnummer | [INNR] |
| Veranstaltung: Produzent | [VO_PRDZ] |
| Veranstaltung: Saison | [SPZT] |
| Veranstaltung: Spielstättenbezeichnung | [VOSA] |
| Veranstaltung: Titel | [TIT1] |
| Veranstaltung: Titel ohne Sonderzeichen | [TIT_OSZ] |
| Veranstaltung: Uhrzeit | [ZEIT] |
| Veranstaltung: Veranstalter | [VEAV] |
| Veranstaltung: Veranstaltungsnummer | [VONR] |
| Veranstaltung: vorläufiger Termin | [DATE_VORLP] |
| Veranstaltung: Werbetext 1 | [WRB1] |
| Veranstaltung: Werbetext 2 | [WRB2] |
| Veranstaltung: Werbetext 3 | [WRB3] |
| Veranstaltung: Werbetext 4 | [WRB4] |

Karteikarte E-Mail-Vorlagen:

Hier legen Sie die E-Mail-Vorlage ggf. in mehreren Sprachen an. Beachten Sie, dass für die Default-Sprache eine Vorlage angelegt sein muss. Diese wird versendet, falls in der Sprache des Kunden keine E-Mail-Vorlage vorhanden ist. Für das Erstellen der E-Mail-Vorlage sind zusätzliche Felder aus den Veranstaltungsdaten verfügbar, die Sie in Ihren Text einbinden können. E-Mail-Vorlagen für Veranstaltungs- und Kampagnen-E-Mails können beliebig viele Zeichen enthalten.

Hinweis

Auch im Feld *Betreff* können Sie Variablen einsetzen, um eine personalisierte Betreffzeile zu erstellen. Bedenken Sie, dass der Betreff ausschlaggebend dafür sein kann, ob der Empfänger eine E-Mail öffnet oder löscht. Im Internet finden Sie zahlreiche Tipps zur Gestaltung einer Betreffzeile.

Der WYSIWYG-HTML-Editor erlaubt es Ihnen, HTML-E-Mails direkt in EVENTIM.Inhouse komfortabel – auch ohne HTML-Kenntnisse – zu erstellen.

→ **Marketing** / Stammdaten / *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten*

Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten

Nummer 1083 | Bezeichnung Marketing-Leitfaden 2019 | Deaktiviert | Default-Sprache deutsch | Absender E-Mail [REDACTED] | Blindkopie (BCC)

E-Mail-Vorlagen | Vorschau | Anhänge | Basis-Mailing | Produktionen | Veranstaltungen

| Sprache | Betreff | Variable Felder | Kennung |
|---------|-------------------------------|---|--------------|
| deutsch | [TIT1] Ihr Besuch am [DATE] | Veranstaltung: Nummer der Spielstätte | [SANR] |
| | | Veranstaltung: Produktionsnummer | [INNR] |
| | | Veranstaltung: Produzent | [VO_PRDZ] |
| | | Veranstaltung: Saison | [SPZT] |
| | | Veranstaltung: Spielstättenbezeichnung | [VOSA] |
| | | Veranstaltung: Titel | [TIT1] |
| | | Veranstaltung: Titel ohne Sonderzeichen | [TIT_OSZ] |
| | | Veranstaltung: Uhrzeit | [ZEIT] |
| | | Veranstaltung: Veranstalter | [VEAV] |
| | | Veranstaltung: Veranstaltungsnummer | [VONR] |
| | | Veranstaltung: vorläufiger Termin | [DATE_VORLF] |
| | | Veranstaltung: Werbetext 1 | [WRB1] |

HTML-Editor starten

Klicken Sie auf das Icon *HTML-Editor starten*, um den HTML-Editor zu starten. Die Design-Ansicht (Karteikarte *Design*) der ausgewählten E-Mail-Vorlage wird geöffnet.

Die Toolbar des HTML-Editors bietet Ihnen verschiedene Formatierungsmöglichkeiten wie z. B. Schriftart, -größe und -farbe. Darüber hinaus lassen sich horizontale Trennlinien, Grafiken, Tabellen usw. einfügen.

Die Design-Ansicht zeigt Ihnen das Ergebnis sofort an:

HTML-Editor

Design | HTML

✓ [TIT1] - Ihr Besuch am [DATE]

✗ [ANREDE LANGFORM] [NAME 1],

sicherlich freuen Sie sich schon sehr auf Ihren Besuch bei uns!

Hier finden Sie nochmals alle wichtigen Informationen zur Veranstaltung:

Veranstaltungstitel: [TIT1]
 Datum: [WTAG], [DATE]
 Einlass ab: [EINLASS] Uhr
 Veranstaltungsbeginn: [ZEIT] Uhr
 Dauer der Veranstaltung: [VODAU]
 Spielstätte: [VOSA]
 Spielort: [SPO_ORT]

| Variable Felder | Kennung |
|---|--------------|
| Veranstaltung: Nummer der Spielstätte | [SANR] |
| Veranstaltung: Produktionsnummer | [INNR] |
| Veranstaltung: Produzent | [VO_PF] |
| Veranstaltung: Saison | [SPZT] |
| Veranstaltung: Spielstättenbezeichnung | [VOSA] |
| Veranstaltung: Titel | [TIT1] |
| Veranstaltung: Titel ohne Sonderzeichen | [TIT_OSZ] |
| Veranstaltung: Uhrzeit | [ZEIT] |
| Veranstaltung: Veranstalter | [VEAV] |
| Veranstaltung: Veranstaltungsnummer | [VONR] |
| Veranstaltung: vorläufiger Termin | [DATE_VORLF] |
| Veranstaltung: Werbetext 1 | [WRB1] |
| Veranstaltung: Werbetext 2 | [WRB2] |
| Veranstaltung: Werbetext 3 | [WRB3] |
| Veranstaltung: Werbetext 4 | [WRB4] |
| Veranstaltung: Werbetext 5 | [WRB5] |
| Veranstaltung: Werbetext 6 | [WRB6] |
| Veranstaltung: Wochentag (Kurzform) | [WTGK] |
| Veranstaltung: Wochentag (Langform) | [WTAG] |
| VTXT1 | [VTXT1] |
| VTXT10 | [VTXT10] |

Sie können entweder in der Design-Ansicht arbeiten oder im HTML-Code.

Die verfügbaren Variablen wie z. B. Kundenname [NAME 1] oder Veranstaltungstitel [TIT1] können durch Doppelklick auf die gewünschte Variable in die E-Mail-Vorlage eingefügt werden. Sie können die Variablen aber auch manuell eingeben.

The screenshot shows the HTML-Editor interface with two panes. The left pane displays the HTML code for an email template, including tags for title, date, time, and various variables. The right pane shows a list of available variables for selection, such as 'Veranstaltung: Spielstättenbezeichnung' and 'Veranstaltung: Titel'.

Falls Sie eine Tabelle einfügen möchten (*Einfügen / Tabelle*), können Sie diese durch Ziehen an den Tabelleneckpunkten vergrößern bzw. verkleinern. Das Aussehen der Tabelle lässt sich nachträglich nur im HTML-Code selbst verändern. So ist z. B. für eine Tabelle ohne Rahmen der Eintrag „border=1“ in „border=0“ zu ändern (je höher der Wert, desto dicker der äußere Tabellenrahmen).

Hinweis

Variablen dürfen nicht durch HTML-Formatierungen unterbrochen sein, sonst werden sie nicht erkannt und somit nicht gefüllt. Sollten Sie feststellen, dass die Daten einer Variablen in der E-Mail nicht richtig wiedergegeben werden, prüfen Sie zunächst im HTML-Code, ob die Variable korrekt angegeben ist.

Beispiel:

Richtig: `[TIT1]`

Falsch: `[TIT1]` (die Variable kann nicht interpretiert werden)

Ihre E-Mail-Vorlage können Sie bei Bedarf über das Drucker-Symbol in der Toolbar des HTML-Editors ausdrucken.

Karteikarte *Vorschau*:

Die Karteikarte *Vorschau* zeigt Ihnen die E-Mail-Vorlage direkt im WYSIWYG-Modus an. Nach Fertigstellung der E-Mail-Vorlage können Sie diese als Testversion z. B. an Ihre eigene E-Mail-Adresse versenden. Im Feld *Veranstaltung* wählen Sie über eine Dropdown-Liste die Veranstaltung aus, für die die

E-Mail-Vorlage generiert werden soll.

| E-Mail-Vorlagen | Vorschau | Anhänge | Basis-Mailing | Produktionen | Veranstaltungen |
|--|---|---------|---------------|-------------------------|-----------------|
| Testkunde | Mustermann, Max (2) | | | Test E-Mail-Adresse | [Redacted] |
| Veranstaltung | 26.03.2021 20:00 Les Misérables (2108) | | | Absender E-Mail-Adresse | [Redacted] |
| Betreff | Les Misérables Ihr Besuch am 26.03.2021 | | | | |
| <p>Les Misérables - Ihr Besuch am 26.03.2021</p> <p>Sehr geehrter Herr Mustermann,</p> <p>sicherlich freuen Sie sich schon sehr auf Ihren Besuch bei uns!</p> <p>Hier finden Sie nochmals alle wichtigen Informationen zur Veranstaltung:</p> | | | | | |

Karteikarte *Anhänge*:

Über die Karteikarte *Anhänge* lässt sich der Versand zusätzlicher Informationen (z. B. Flyer, Programmhefte) als PDF oder JPEG steuern. Sollten Sie Anhänge in mehreren Sprachen anbieten, so wird automatisch die Datei mitversendet, die der Sprache des Kunden entspricht (Feld *Sprache* in der Kundenverwaltung).

Hinweis

Anhänge können das sendende und empfangende System belasten. Viele Menschen lesen mittlerweile ihre E-Mails auf mobilen Endgeräten – hier kann ein erhöhter Datenverbrauch bei den Empfängern Ärger auslösen. Besser als der Versand von Anhängen ist i. d. R. eine Bereitstellung der Dokumente auf einem Webserver mit einer entsprechenden Verlinkung.

Nachdem Sie Ihre E-Mail-Vorlagen angelegt haben, können Sie den automatischen Versand der E-Mails in der jeweiligen Veranstaltung bzw. Produktion steuern (siehe auch Kap. 3.3.6).

So können Sie den Besuchern einer Veranstaltung einige Tage vor der Veranstaltung eine Service-Mail mit wichtigen Informationen zusenden oder sie nach der Veranstaltung auf weitere passende Veranstaltungen aufmerksam machen. Dabei lassen sich auch der Empfängerkreis sowie der Zeitpunkt für den E-Mail-Versand gezielt einstellen. Diese Erweiterungen ermöglichen Ihnen ein komfortables Management Ihrer Service-Mails. Berücksichtigen Sie dabei aber stets die Einwilligung Ihrer Kunden zur

Kontaktaufnahme.

Hinweis

Durch geeignete Einstellungen können Sie mit einer einzigen Vorlage alle Ihre Besucher zu allen Veranstaltungen automatisiert anschreiben. Diese Vorlage muss entsprechend generisch gestaltet sein. Weitere Eingriffe während der Spielzeit sind dann nicht mehr notwendig.

Möglicherweise bietet es sich an, für Abonnenten eine zweite E-Mail-Vorlage einzurichten, damit diese dieselben Informationen nicht mehrmals erhalten. Auf der Karteikarte *Basis-Mailing* (s. u.) können Sie die Empfängergruppen für die ausführliche Service-Mail z. B. auf Standard-Käufer einschränken. In einer zweiten Service-Mail könnten Sie dann z. B. die Anfahrtsbeschreibung weglassen und als Empfängerkreis nur die Saisonkarten-Käufer auswählen.

Karteikarte *Basis-Mailing*:

Über die Karte Basis-Mailing lässt sich der E-Mail-Versand für alle Veranstaltungen, die neu angelegt werden, steuern. Hier können Sie für die ausgewählte Veranstaltungs-E-Mail festlegen, wann und an welche Empfängergruppen die E-Mail versendet werden soll. Eine Beschreibung der Empfängergruppen finden Sie in Kap. 3.3.6. Bei der Neuanlage einer Veranstaltung werden die Basis-Mailings unter Berücksichtigung der Benutzergruppe automatisch übernommen.

Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten

| Nummer | Bezeichnung | Deaktiviert | Default-Sprache | Absender E-Mail |
|--------|------------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|
| 1067 | Service-Mail mit Aktionscode | <input type="checkbox"/> | deutsch | |

E-Mail-Vorlagen | Vorschau | Anhänge | **Basis-Mailing** | Produktionen | Veranstaltungen

| Termin | Tage | Uhrzeit | Käufer Standard | Käufer Lieferschein | Käufer Saisonkarten | Besteller Standard | Besteller Lieferschein | Besteller Saisonkarten | Abbrecher | Mailing-Kennzeichen beachten |
|--------|------|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| | | 14 08:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Karteikarte *Produktionen*:

Auf dieser Karteikarte können Sie dem Mailing die gewünschten Produktionen zuweisen. Sie können festlegen, wann und an wen das Mailing versendet werden soll. Bei der Neuanlage einer Veranstaltung können die der zugehörigen Produktion zugewiesenen Mailings unter Berücksichtigung der Benutzergruppe automatisch übernommen werden. Der Benutzer erhält eine Hinweismeldung und kann entscheiden, ob die Mailings übernommen werden sollen, oder nicht.

Das Zuweisen von Produktionen kann ebenso im Programm *Produktionen bearbeiten* auf der Karteikarte *Mailings* vorgenommen werden. In beiden Programmen stehen dieselben Optionen zur Verfügung.

Karteikarte *Veranstaltungen*:

Auf dieser Karteikarte können Sie dem Mailing die gewünschten Veranstaltungen zuweisen. Sie können festlegen, wann und an wen das Mailing versendet werden soll.

Das Zuweisen von Veranstaltungen kann ebenso im Programm *Veranstaltungen bearbeiten* auf der Karteikarte *Mailings* vorgenommen werden (siehe Kap. 3.3.6). In beiden Programmen stehen dieselben Optionen zur Verfügung. Veranstaltungen, die den Status *Abschluss* haben, werden auf der Karteikarte *Veranstaltungen* nicht angezeigt.

Hinweis

Wird eine Veranstaltung auf den Status *Catering* gesetzt, werden alle bisher ggf. zugeordneten Mailings gelöscht und die Karteikarte *Mailings* wird deaktiviert. Sollten Sie den Status anschließend wieder auf *Erfassung* setzen, wird die Karteikarte *Mailings* wieder aktiviert, die ggf. zuvor vorhandenen Mailings werden jedoch nicht wieder automatisch hinzugefügt.

Vor dem Echtversand sollten Sie die zugewiesenen Veranstaltungen ggf. nochmals kontrollieren, um sicherzustellen, dass Ihre Kunden keine Spam-Mails erhalten.

In Ausnahmefällen kann es sinnvoll sein, nicht nur vor oder nach einer Veranstaltung eine E-Mail zu versenden, sondern gelegentlich sogar so, dass die Besucher sie während der Pause der besuchten Veranstaltung lesen können. Das ist möglicherweise keine gute Idee für jede Veranstaltung, sicher aber für besondere Events oder wenn Stars zu Gast sind und Sie dies für Upselling-Aktivitäten nutzen möchten (siehe Kap. 3.12).

3.3.2 Beispiel für eine Service-Mail vor einer Veranstaltung

Sie können Ihre Service-Mails nahezu beliebig mit den Möglichkeiten, die HTML bietet, gestalten. Alle notwendigen Informationen zur Veranstaltung sind als Variablen für die E-Mail verfügbar. Bei dem folgenden Beispiel handelt es sich um eine fiktive E-Mail. Die entsprechende [E-Mail-Vorlage](#) stellen wir Ihnen auf www.eventim-inhouse.de zum Download zur Verfügung.



Foto: Pixabay

Die Zauberflöte - Ihr Besuch am 26.06.2021

Sehr geehrter Herr Mustermann,

sicherlich freuen Sie sich schon sehr auf Ihren Besuch bei uns!

Hier finden Sie nochmals alle wichtigen Informationen zur Veranstaltung:

Veranstaltungstitel: **Die Zauberflöte**
 Datum: **Samstag, 26.06.2021**
 Einlass ab: **18:30 Uhr**
 Veranstaltungsbeginn: **20:00 Uhr**
 Dauer der Veranstaltung: **3 Std. mit einer Pause von 30 min.**
 Spielstätte: **Großes Theater**
 Spielort: **28195 Bremen**

► Kulinarisches

Buchen Sie gleich Ihr Wunschgericht im Webshop dazu: [Für den kleinen Hunger](#)



► Laden Sie Ihre Freunde ein

Haben Sie Bekannte, mit denen Sie schon länger einen gemeinsamen Theaterbesuch geplant haben? Dann leiten Sie Ihren Freunden gleich diese E-Mail weiter und schlagen Sie vor, über diesen [Link](#) für **Die Zauberflöte** Karten zu kaufen.

► Kurz zusammengefasst

Die mit Abstand berühmteste Oper Wolfgang Amadeus Mozarts ist zugleich auch seine rätselhafteste. Prinz Tamino wird in letzter Sekunde von den drei Damen vor einer Riesenschlange gerettet. Diese zeigen ihm ein Bild von Pamina, in welches er sich sofort verliebt. Zusammen mit dem müßigängereischen Vogelfänger Papageno macht er sich auf die Reise, seine Liebe zu finden, die sich, wie er erfährt, in den Fängen des Sonnenpriesters Sarastro befindet. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Ihr Besucherservice

► Anfahrt

Hier finden Sie die Adresse der Veranstaltungsstätte für Ihr Navigationsgerät:

CTS Eventim Solutions GmbH, Contrescarpe 75 A, 28195 Bremen

So kommen Sie zu uns:

Mit dem Auto: [Routenplaner](#)

Mit der Bahn: [Reiseauskunft der Deutschen Bahn](#)

► Service-Mails abbestellen

Sie können den Erhalt unserer Service-Mails jederzeit per E-Mail an die [Theaterkasse](#) abbestellen.

3.3.3 Einschränkungen bei der Vorbelegung vornehmen

Damit Sie automatisierte Service-Mails noch zielgerichteter und individueller einsetzen können, lässt sich für jede Verkaufsart festlegen, ob an Kunden, die mit dieser Verkaufsart eine Karte gekauft oder erhalten haben, eine Veranstaltungs-E-Mail versendet werden soll. Auf diese Weise können z. B. die Empfänger von Frei - oder Pressekarten vom E-Mail-Empfang ausgeschlossen werden.

Über die Checkbox *kein Veranstaltungsmailing* im Programm *Verkaufsarten bearbeiten* können Sie bestimmte Verkaufsarten vom Versand von Service-Mails ausschließen.

→ **Systemverwaltung** / *Stammdaten* / *Verkaufsarten bearbeiten*

Verkaufsarten bearbeiten

Nummer: 10 aktiv
 Bezeichnung: Pressekarte
 Bezeichnung (Kundensicht): Pressekarte
 Kartenverkauf
 Anzeigesortierung: 0
 ZKS-Ermäßigungsart:
 Verfügbarkeit: aktiv
 Art: Normale Karte (0)

Vorbelegung Kartenlayout: Inhouse Standardticket (KVi)
 Vorbelegung Druckerklasse:
 Kategorie:
 Freie Bepreisung im KV
 Vorbelegung Connect-Online Ticketdaten:
 Vorbelegung Mengenbeschränkung:
 Maximal buchbar:
 Maximal buchbar pro Kunde:
 Kein Veranstaltungsmailing

Bei der Zuweisung der Veranstaltungen für den Versand von Veranstaltungs-E-Mails kann eingestellt werden, ob die allgemein ausgeschlossenen Verkaufsarten für die ausgewählten Veranstaltungen ausgeschlossen werden sollen. Standardmäßig ist die Checkbox *Ausgeschlossene Verkaufsarten beachten* im Programm *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten* aktiviert. Zusätzlich kann der E-Mail-Versand auf eine Verkäufer-Benutzergruppe eingeschränkt werden.

→ **Marketing** / Stammdaten / Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten

| Titel | Nummer | WT Datum | Uhrzeit | Spielstätte | Veranstalter | Preis |
|-------------------------|--------|---------------|----------|-------------|--------------|-------|
| Carmen | 803 | Sa 26.11.2016 | | | | |
| Carmen | 804 | Sa 03.12.2016 | | | | |
| Carmen | 805 | Sa 10.12.2016 | | | | |
| Carmen | 807 | Sa 24.12.2016 | | | | |
| Carmen | 808 | Sa 31.12.2016 | | | | |
| Carmen | 809 | Sa 07.01.2017 | | | | |
| Carmen | 812 | Sa 28.01.2017 | | | | |
| Carmen | 813 | Sa 04.02.2017 | 08:00:00 | | | |
| Carmen | 814 | Sa 11.02.2017 | | | | |
| Carmen | 806 | Sa 17.12.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 843 | Fr 04.11.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 842 | Fr 04.11.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 845 | Sa 05.11.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 844 | Sa 05.11.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 847 | Fr 11.11.2016 | | | | |
| María de Buenos Aires | 846 | Fr 11.11.2016 | | | | |
| El fantasma de la ópera | 730 | Do 05.05.2016 | | | | |
| Carmen | 734 | Mi 04.05.2016 | | | | |
| West Side Story | 725 | Fr 15.01.2016 | | | | |

3.3.4 Variable Veranstaltungstexte für Veranstaltungs-E-Mails nutzen

Variable Veranstaltungstexte lassen sich ebenfalls für Veranstaltungs-E-Mails nutzen. Dabei können bis zu 50 variable Veranstaltungstexte mehrsprachig angelegt und in die E-Mail-Vorlage eingebunden werden.

Sie können Texte oder eine URL in den variablen Texten Ihrer Veranstaltung hinterlegen und diese über die Variablen in die E-Mail-Vorlage einbinden. Sollten die variablen Texte anderweitig belegt sein, so können Sie natürlich auch die URL direkt in der Vorlage angeben. Die erste Variante bietet Ihnen die Möglichkeit, eine Vorlage für unterschiedliche Veranstaltungen zu verwenden, sofern Sie die variablen Texte immer für den gleichen Inhalt nutzen.

→ **Kartenverkauf Basis** / *Verkaufsstammdaten* / *Veranstaltungen* / *Veranstaltungen bearbeiten*

Veranstaltungen bearbeiten

| Nummer | Externe Kennung | Produktion | Produktion Kurzbezeichnung | Spielstätte | Kapazität |
|--------|-----------------|---------------------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 1658 | | Die Zauberflöte (3) | (3) | Blauer Saal (Seatmap) (51) | 602 |

Externer Memotext | Passende Veranstaltungen | Auslastung Verkaufsschablonen | Mailings | Versandarten | Werbung
 Platzgruppenbezeichnungen | Offizielle Kapazität | Veranstaltungsfreigabe | Passende Artikel | Serientermine | Interner Memotext
 Verkaufsarten | Verkaufsarten Profile | Buchhaltungsdaten | Zugriffsfreigaben auf KV-Aufträge | Zutrittskontrolle
Var. Veranstaltungstexte

| Nummer | Sprache | Bezeichnung |
|--------|---------------|-------------|
| 1 | deutsch (GER) | VTXT1 |
| 2 | deutsch (GER) | VTXT2 |
| 3 | deutsch (GER) | VTXT3 |
| 4 | deutsch (GER) | VTXT4 |
| 5 | deutsch (GER) | VTXT5 |
| 6 | deutsch (GER) | VTXT6 |
| 7 | deutsch (GER) | VTXT7 |
| 8 | deutsch (GER) | VTXT8 |

| Bezeichnung | Text |
|---------------|------------------------------|
| VTXT1 (VTXT1) | Jetzt Aktionspreise sichern! |

→ **Marketing** / *Stammdaten* / *Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten*

HTML-Editor

Design HTML

****[VTXT1]****
Wie hat Ihnen [TIT1] gefallen?
Sichern Sie sich für Ihren nächsten Theaterbesuch gleich Ihre Tickets zum Aktionspreis!
 [ANREDE LANGFORM] [NAME 1],
 vor kurzem haben Sie [TIT1] in unserem Hause besucht. Wir hoffen, die Vorstellung hat Ihnen gefallen. Wir freuen uns immer über Ihr Feedback. Natürlich können Sie uns auch mitteilen, was wir beim nächsten Mal besser machen können. Schreiben Sie uns einfach eine [E-Mail](#).
Unsere aktuellen Veranstaltungen
 Schauen Sie sich doch einmal in unserem [Webshop](#) um, ob Ihnen unsere neuen Angebote gefallen. Wir würden uns freuen, Sie bald wieder bei uns begrüßen zu dürfen. Leiten Sie auch Ihren Freunden diese E-Mail weiter und planen Sie einen gemeinsamen, unvergesslichen Theaterabend.
 In unserem [haus eigenen Bistro](#) bieten wir Ihnen vor oder nach der Veranstaltung verschiedene Speisen und Getränke an.
 Exklusiv für Sie, [ANREDE] [NAME 1], haben wir 4 Tickets zu einem ermäßigten Aktionspreis an der Kasse hinterlegt. Nennen Sie an der

| Variable Felder | Kennung |
|---|----------------|
| Veranstaltung: Titel | [TIT1] |
| Veranstaltung: Titel ohne Sonderzeichen | [TIT_OSZ] |
| Veranstaltung: Uhrzeit | [ZEIT] |
| Veranstaltung: Veranstalter | [VEAV] |
| Veranstaltung: Veranstaltungsnummer | [VONR] |
| Veranstaltung: vorläufiger Termin | [DATE_VORLF] |
| Veranstaltung: Werbetext 1 | [WRB1] |
| Veranstaltung: Werbetext 2 | [WRB2] |
| Veranstaltung: Werbetext 3 | [WRB3] |
| Veranstaltung: Werbetext 4 | [WRB4] |
| Veranstaltung: Werbetext 5 | [WRB5] |
| Veranstaltung: Werbetext 6 | [WRB6] |
| Veranstaltung: Wochentag (Kurzform) | [WTGK] |
| Veranstaltung: Wochentag (Langform) | [WTGL] |
| VTXT1 | [VTXT1] |
| VTXT10 | [VTXT10] |
| VTXT11 | [VTXT11] |
| VTXT12 | [VTXT12] |
| VTXT13 | [VTXT13] |
| VTXT14 | [VTXT14] |
| VTXT15 | [VTXT15] |
| VTXT16 | [VTXT16] |
| VTXT17 | [VTXT17] |
| VTXT2 | [VTXT2] |
| VTXT3 | [VTXT3] |
| VTXT4 | [VTXT4] |
| VTXT5 | [VTXT5] |
| VTXT6 | [VTXT6] |
| VTXT7 | [VTXT7] |
| VTXT8 | [VTXT8] |
| VTXT9 | [VTXT9] |

Bei Erzeugung der E-Mail wird dann der in der ausgewählten Veranstaltung zugewiesene variable Text abgerufen.

Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten

| Nummer | Bezeichnung | Deaktiviert | Default-Sprache | Absender E-Mail |
|--------|---|--------------------------|-----------------|-----------------|
| 1078 | [POST] Service-Mail (Marketing-Leitfaden) | <input type="checkbox"/> | deutsch | [REDACTED] |

E-Mail-Vorlagen: **Vorschau** | Anhänge | Basis-Mailing | Produktionen | Veranstaltungen

Testkunde: **Mustermann, Max (2)** | Test E-Mail-Adresse: [REDACTED]

Veranstaltung: **07.12.2019 20:00 Die Zauberflöte (1658)** | Absender E-Mail-Adresse: [REDACTED]

Blindkopie (BCC): [REDACTED]

Betreff: Aktionspreise - exklusiv für Sie, Herr Mustermann

****Jetzt Aktionspreise sichern!****

Wie hat Ihnen Die Zauberflöte gefallen?

Sichern Sie sich für Ihren nächsten Theaterbesuch gleich Ihre Tickets zum Aktionspreis!

Sehr geehrter Herr Mustermann,

vor kurzem haben Sie *Die Zauberflöte* in unserem Hause besucht. Wir hoffen, die Vorstellung hat Ihnen gefallen. Wir freuen uns immer über Ihr Feedback. Natürlich können Sie uns auch mitteilen, was wir beim nächsten Mal besser machen können. Schreiben Sie uns einfach eine [E-Mail](#)

3.3.5 Tipps zur Einbindung von Links in die E-Mail-Vorlage

Wir empfehlen Ihnen, die URL bei der Verlinkung immer manuell zu hinterlegen. Wenn Sie den Webshop aufrufen und die URL aus der Browserzeile kopieren, wird automatisch die aktive Sitzung mitkopiert. Wird nun die kopierte URL für die Verlinkung verwendet, erscheint eine Fehlermeldung, wenn der Webshop über diesen Link aufgerufen wird. Die Sitzung ist dann bereits abgelaufen und verursacht die entsprechende Fehlermeldung.

Um z. B. die Veranstaltung mit der Nummer 1340 zu verlinken, geben Sie die URL Ihres Webshops ein und ergänzen Sie diese um den Parameter „event“ und die Nummer der gewünschten Veranstaltung (event=1340):

[Link zu Ihrem Webshop]/webticket/shop?event=1340

Beispiel für die Verlinkung zu einem Artikel:

[Link zu Ihrem Webshop]/webticket/shop?item=3

Beispiel für die Verlinkung zu einem Gutschein:

[Link zu Ihrem Webshop]/webticket/shop?coupon=32

Wie im vorherigen Kapitel beschrieben können Sie auch mit den variablen Veranstaltungstexten arbeiten und z. B. die gesamte URL oder einen Teil der URL in den variablen Texten hinterlegen. Sinnvoll ist es, in den variablen Texten nur die Dateinamen zu hinterlegen. Sollte sich der Ablageort der Datei ändern, so müssen Sie dann lediglich die URL in der E-Mail-Vorlage anpassen und nicht den variablen Text in jeder Veranstaltung ändern.

Beispiel 1:

Weitere Informationen finden Sie [hier]([VTXT1]).

oder

Weitere Informationen finden Sie [hier]([Link zu Ihrer Website]).

Beispiel 2:

Buchen Sie gleich Ihr Wunschgericht im Webshop dazu: [\[Link zu Ihrem Webshop\]/webticket/shop?mandant=788&itemGroup=9">Für den kleinen Hunger](http://</p></div><div data-bbox=)

oder

Buchen Sie gleich Ihr Wunschgericht im Webshop dazu: [Für den kleinen Hunger]([VTXT4])

Hinweis

Wenn Sie ein Bild in Ihre E-Mail-Vorlage einfügen möchten, empfehlen wir Ihnen, die Datei z. B. auf Ihren Webserver hochzuladen und die URL anschließend in die E-Mail-Vorlage einzubinden. Die Datei (z. B. JPEG) muss direkt verlinkt werden. Eine fehlerhafte Verlinkung kann dazu führen, dass der E-Mail-Versand nicht funktioniert.

3.3.6 Versand von Mailings in der Veranstaltung/Produktion konfigurieren

In der Veranstaltung/Produktion kann festgelegt werden, dass und zu welchem Zeitpunkt Kunden Mailings erhalten sollen (eine Mehrfachauswahl ist möglich). Der Versand der E-Mails wird in der Veranstaltung oder in der Produktion über die Karteikarte *Mailings* gesteuert. Hierüber lässt sich detailliert einstellen, an wen und wann eine E-Mail versendet werden soll.

Hinweis

Die Karteikarte *Mailings* ist nur für Kunden sichtbar, die die Applikation *Marketing* lizenziert haben.

- **Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Veranstaltungen / Veranstaltungen bearbeiten**
- **Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Produktionen / Produktionen bearbeiten**

Im Fenster sind die folgenden Felder sichtbar:

| Feld | Beschreibung |
|------------------------|---|
| E-Mail-Vorlage | Auswahlliste zur Auswahl einer E-Mail-Vorlage. Eine E-Mail-Vorlage kann mehrfach versendet werden, z. B. 14 bzw. 7 Tage vor/nach einer Veranstaltung. |
| Termin Tage (+/-) | Gibt an, wie viele Tage nach (+) bzw. vor (-) einer Veranstaltung die E-Mail versendet werden soll. |
| Uhrzeit | Kann zur Festlegung einer Uhrzeit für den Start des E-Mail-Versands benutzt werden. |
| Käufer Standard | Mittels Checkboxen können Sie die Empfängergruppen für die ausgewählte E-Mail-Vorlage definieren (siehe Tabelle „Beschreibung der Empfängergruppen“). |
| Käufer Lieferschein | |
| Käufer Saisonkarten | |
| Besteller Standard | |
| Besteller Lieferschein | |
| Besteller Saisonkarten | |
| Abbrecher | |
| Mailing-Kennzeichen | Soll das Mailing-Kennzeichen des Kunden berücksichtigt werden |

| Feld | Beschreibung |
|--|--|
| beachten | oder nicht (Voreinstellung = aktiviert)? |
| Veranstalter | Gibt den Veranstalter an. |
| Sendedatum | Gibt das Sendedatum an. |
| Status | Gibt den Status der Ausführung an, nur Eintragungen mit dem Status <i>Offen</i> können geändert werden (siehe Tabelle <i>Status</i>). |
| Anzahl Versendungen | Zeigt an, wie viele E-Mails bereits versendet wurden. |
| Ausgeschlossene Verkaufsarten beachten | Bestimmte Verkaufsarten können vom Versand von Service-Mails ausgeschlossen werden (siehe Kap. 3.3.3). |
| Verkäufer-Benutzergruppe | Gibt die Benutzergruppe an, die die E-Mail-Vorlage angelegt hat. |

Hinweis

Die Information über den Status und die Anzahl der Versendungen wird vom Mailing-Service gesetzt und kann nicht durch den Benutzer geändert werden.

Beschreibung der Empfängergruppen:

| Empfängergruppe | Beschreibung |
|---------------------|---|
| Käufer Standard | KV-Plätze mit dem Status <i>Verkauft</i> (aktueller Status); nur Aufträge des Auftragsstyps „Reservierungsauftrag“ in den Arbeitsprofilen <i>Barverkauf</i> , <i>Tel. Reservierung</i> , <i>Kontingentverkauf</i> ; gilt auch für Package-Plätze. |
| Käufer Lieferschein | KV-Plätze mit dem Status <i>Verkauft</i> (aktueller Status), nur Aufträge |

| Empfängergruppe | Beschreibung |
|------------------------|--|
| | in den Arbeitsprofilen <i>Bonverkauf</i> , <i>Lieferscheinverkauf</i> oder <i>Onlineverkauf Debitor</i> ; gilt auch für Package-Plätze. |
| Käufer Saisonkarten | <p>In der Veranstaltung gesetzte Saisonkarten-Plätze mit dem Status <i>Verkauft</i> oder <i>gekündigt</i>. Die Priorität liegt auf Hauptbesteller (Abo-Basiseinstellungen): Wenn der Platzinhaber gefüllt ist, ist der Empfänger der Platzinhaber mit seiner Standard-E-Mail-Adresse. Ohne Platzinhaber ist der Empfänger der Hauptbesteller mit seiner Standard-E-Mail-Adresse.</p> <p>Die Priorität liegt auf Platzinhaber (Abo-Basiseinstellungen): Der Empfänger ist der Platzinhaber mit seiner Standard-E-Mail-Adresse, unabhängig davon, ob der Hauptbesteller gefüllt ist oder nicht. Ohne Standard-E-Mail-Adresse erfolgt kein Mailing.</p> |
| Besteller Standard | KV-Plätze mit dem Status <i>Reserviert/nicht verkauft</i> (aktueller Status), nur Aufträge des Auftragsstyps <i>Reservierungsauftrag</i> ; gilt auch für Package-Plätze. |
| Besteller Lieferschein | KV-Plätze mit dem Status <i>Reserviert/nicht freigegeben</i> (aktueller Status), nur Aufträge in den Arbeitsprofilen <i>Bonverkauf</i> , <i>Lieferscheinverkauf</i> oder <i>Onlineverkauf Debitor</i> ; gilt auch für Package-Plätze. |
| Besteller Saisonkarten | <p>In der Veranstaltung gesetzte Saisonkarten-Plätze mit dem Status <i>Reserviert</i> (neu oder alt). Die Priorität liegt auf Hauptbesteller (Abo-Basiseinstellungen): Wenn der Platzinhaber gefüllt ist, ist der Empfänger der Platzinhaber mit seiner Standard-E-Mail-Adresse. Ohne Platzinhaber ist der Empfänger der Hauptbesteller mit seiner Standard-E-Mail-Adresse.</p> <p>Die Priorität liegt auf Platzinhaber (Abo-Basiseinstellungen): Der Empfänger ist der Platzinhaber mit seiner Standard-E-Mail-Adresse, unabhängig davon, ob der Hauptbesteller gefüllt ist oder nicht. Ohne Standard-E-Mail-Adresse erfolgt kein Mailing.</p> |

| Empfängergruppe | Beschreibung |
|-----------------|--|
| Abbrecher | KV-Plätze mit dem Status <i>gelöscht/nicht verkauft</i> (aktueller Status), gilt für alle Auftragsstypen (außer Kontingente); gilt auch für Package-Plätze. Es gibt zum Empfänger keine KV-Plätze in der Veranstaltung mit aktuellem Status <i>verkauft</i> oder <i>reserviert</i> über alle Auftragsstypen; gilt auch für Package-Plätze. |

Beschreibung der KV-Empfängerermittlung (diese Felder werden nacheinander geprüft):

| Empfängergruppe | Beschreibung |
|--------------------------|--|
| <i>Warenlieferung an</i> | Ist hier eine E-Mail-Adresse eingetragen, wird diese für den E-Mail-Versand verwendet. |
| <i>Rückfragen über</i> | Ist im Feld <i>Warenlieferung an</i> keine E-Mail-Adresse hinterlegt, wird das Feld <i>Rückfragen über</i> geprüft. Ist hier eine E-Mail-Adresse eingetragen, wird diese für den E-Mail-Versand verwendet. |
| <i>Schriftverkehr an</i> | Ist hier eine E-Mail-Adresse eingetragen, wird diese für den E-Mail-Versand verwendet, wenn in den beiden obigen Feldern keine E-Mail-Adresse eingetragen ist. |

- Ist in keinem der oben genannten Felder eine E-Mail-Adresse eingetragen, so wird die Standard-E-Mail-Adresse des Empfängers verwendet, sofern vorhanden.
- Ist auch keine Standard-E-Mail-Adresse vorhanden, erfolgt kein Mailing.

Sind sowohl der Kunde als auch der Ansprechpartner mit einer Kundennummer-Referenz gefüllt, so ist der Kunde mit der Rolle des Ansprechpartners der Empfänger und nicht die Organisation. Andernfalls ist der Kunde der Empfänger. Ist der Kunde nicht mit einer Kundenreferenz gefüllt, so erfolgt kein Mailing.

Beschreibung der Status:

| Status | Beschreibung |
|--------|---|
| Offen | Es wurden noch keine E-Mails versendet. |

| Status | Beschreibung |
|-------------|---|
| In Arbeit | Der Mailing-Server versendet gerade E-Mails. |
| Erledigt | Alle E-Mails wurden erfolgreich versendet. |
| Abgebrochen | Der E-Mail-Versand wurde abgebrochen. Beispiel: Vor Beginn einer Veranstaltung werden E-Mails versendet; sobald das Datum der Veranstaltung erreicht ist, werden die restlichen E-Mails nicht mehr versendet. |
| Fehlerhaft | Der E-Mail-Versand war fehlerhaft. Ist ein Mailing einmal als „fehlerhaft“ gekennzeichnet, findet kein neuer Versand statt. Dadurch sollen Spam-E-Mails vermieden werden, wenn der Status unklar ist. |

Beispiel zur Berechnung des Sendedatums:

Veranstaltungsdatum: 05.05.2022 19:00 – Eintrag Uhrzeit unverändert auf Default-Wert 00:00:00 – Termin Tage +/- auf „2“ ergibt Sendedatum 07.05.2022 00:00:00.

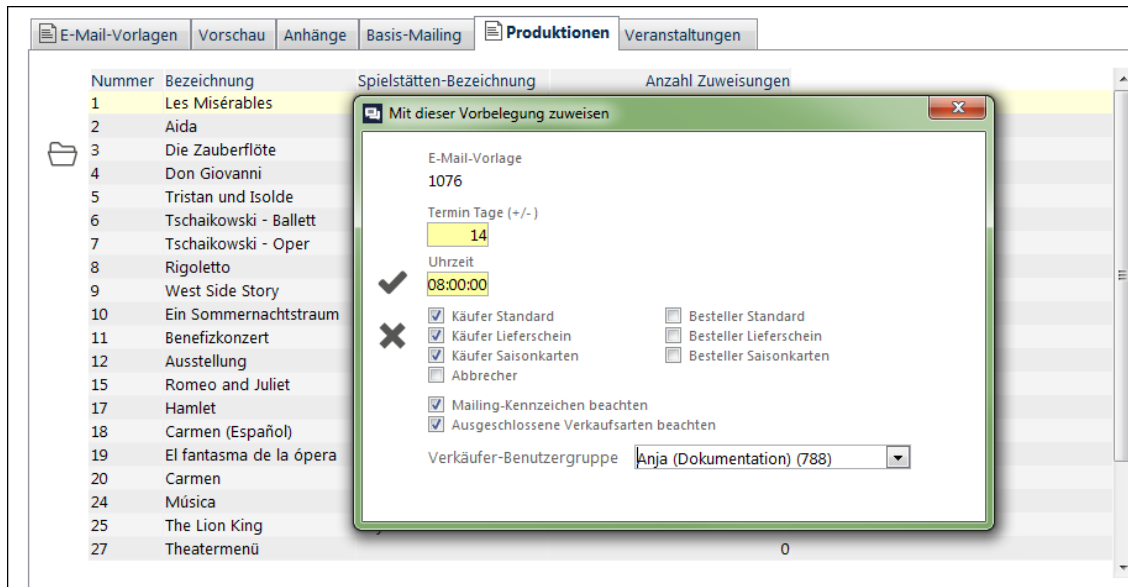
Veranstaltungsdatum: 05.05.2022 19:00 – Eintrag Uhrzeit auf 03:15:00 – Termin Tage +/- auf „-2“ ergibt Sendedatum 03.05.2022 03:15:00.

Wird die Produktion einer Veranstaltung gewechselt, so werden alle Mailings der Veranstaltung, die den Status *Offen* haben, gelöscht und alle am Produktionsstamm gesetzten Mailings werden übertragen. Hierbei erfolgt eine automatische Ermittlung des Sendedatums aus dem Veranstaltungsdatum und den Vorgaben aus der Produktion. Ist das Veranstaltungsdatum noch nicht gesetzt (z. B. Produktionszuordnung bei Neueintrag einer Veranstaltung), so wird das aktuelle Datum als Veranstaltungsdatum angenommen.

3.3.7 Massenzuweisung von Produktionen/Veranstaltungen

Über die Karteikarte *Produktionen* lassen sich mehrere Produktionen auf einmal zuweisen. Dies kann ebenso direkt in der Produktion erfolgen.

→ **Marketing** / Stammdaten / Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten



Eine Produktion kann mehrfach zugewiesen werden, die Anzahl der Zuweisungen wird auf der Karteikarte angezeigt. Beispielsweise können Sie dieselbe E-Mail-Vorlage an verschiedene Empfängergruppen zu unterschiedlichen Zeitpunkten versenden. Wird versucht, eine Produktion mit bereits vorhandenen Daten zuzuweisen, wird eine Fehlermeldung ausgegeben. Sollen nur einzelne Veranstaltungen zugewiesen werden, so kann dies über die Karteikarte *Veranstaltungen* erfolgen.

Hinweis

Es gibt keinen Automatismus für abgesagte Veranstaltungen. Bei einem Veranstaltungsausfall müssen die betreffenden Mailings manuell gelöscht/entfernt und ggf. durch ein neues (Absage-)Mailing ersetzt werden.

Mailings, die den Status *in Arbeit* haben, können **nicht** gelöscht werden. Dieser Status bedeutet, dass diese E-Mails aktuell vom Mailserver versendet werden.

3.3.8 E-Mail-Versand überprüfen

3.3.8.1 Mailing-Statistik

Die Mailing-Statistik liefert Informationen über alle Mailings, die versendet worden sind.

Für die Suche stehen Ihnen verschiedene Suchkriterien wie z. B. Versand von/bis, Produktion, Veranstaltung zur Verfügung; zusätzlich lässt sich der Kunde über die Auswahlbox auswählen.

→ Marketing / Auswertungen / Mailing-Statistik

Mailing-Statistik

Suchkriterien

Versanddatum
 Von: 01.01.2019 Bis: 00.00.0000

Pre-/Post-Mailings
 Pre-Mailings
 Post-Mailings

Produktion:

Veranstaltung:

Kunde:

CTS Eventim Solutions GmbH, Contrescarpe 75 A, 28195 Bremen EVENTIM.inhouse †

Mailing-Statistik
 Von Datum: 01.01.2019; Pre- und Post-Mailings

| Veranstaltung | Produktion | Spielstätte | Sendedatum | Pre-Mailing | Post-Mailing | Anzahl Versendungen |
|--|---------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------|
| 01.01.2019 20:00 Hamlet (727) | Hamlet (17) | Theater am Schlosspark (17) | 15.01.2019 06:00:00 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 2 |
| 15.01.2019 20:00 West Side Story (725) | West Side Story (9) | Theater am Schlosspark (17) | 29.01.2019 06:00:00 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 6 |
| 01.02.2019 20:00 Ausstellung (729) | Ausstellung (12) | Theater am Schlosspark (17) | 30.01.2019 08:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 01.02.2019 20:00 Ausstellung (729) | Ausstellung (12) | Theater am Schlosspark (17) | 15.02.2019 06:00:00 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 2 |
| 02.02.2019 20:00 Les Misérables (724) | Les Misérables (1) | Theater am Schlosspark (17) | 28.01.2019 00:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 2 |
| 02.02.2019 20:00 Les Misérables (724) | Les Misérables (1) | Theater am Schlosspark (17) | 31.01.2019 08:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 12 |
| 15.02.2019 20:00 Carmen (719) | Carmen (20) | Theater am Schlosspark (17) | 08.02.2019 00:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 3 |
| 15.02.2019 20:00 Carmen (719) | Carmen (20) | Theater am Schlosspark (17) | 13.02.2019 08:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 18 |
| Gesamt | | | | | | 51 |

3.3.8.2 Mailing-Sendeprotokoll

Das Mailing-Sendeprotokoll gibt Auskunft darüber, welche Kunden eine Veranstaltungs-E-Mail erhalten haben bzw. ob während des Mailversands ein Fehler aufgetreten ist. Mit Hilfe dieser Auswertung können Administratoren feststellen, ob eine Mailingaktion vollständig durchgeführt wurde.

→ Marketing / Auswertungen / Mailing-Sendeprotokoll

Mailing-Sendeprotokoll

Suchkriterien

Sendedatum
 Von: 01.01.2019 00:00:00 Bis: 15.02.2019 00:00:00

E-Mail-Vorlage
 Post-Mailing mit Aktionscode (1023)

Veranstaltung
 15.01.2019 20:00 West Side Story (725)

| E-Mail-Vorlage | Status | Sendedatum Soll | Sendedatum Ist | Aufbereitungsdatum | E-Mail-Empfänger | Kunde | Kundenname | Fehler |
|-------------------------------------|----------|---------------------|---------------------|---------------------|------------------|-------|------------|--------|
| Post-Mailing mit Aktionscode (1023) | Erlедigt | 29.01.2019 06:00:00 | 29.01.2019 06:00:42 | 29.01.2019 06:00:41 | | 241 | | |
| Post-Mailing mit Aktionscode (1023) | Erlедigt | 29.01.2019 06:00:00 | 29.01.2019 06:00:41 | 29.01.2019 06:00:41 | | 261 | | |
| Post-Mailing mit Aktionscode (1023) | Erlедigt | 29.01.2019 06:00:00 | 29.01.2019 06:00:42 | 29.01.2019 06:00:41 | | 1 | | |

| Feld | Beschreibung |
|-----------------|--|
| Sendedatum Soll | Datum, das im Programm <i>Veranstaltungs-E-Mails bearbeiten</i> für den Versand der E-Mail eingetragen ist |
| Sendedatum Ist | Datum, an dem die E-Mail tatsächlich versendet wurde |

| Feld | Beschreibung |
|--------------------|---|
| Aufbereitungsdatum | Datum, an dem das System die E-Mail verarbeitet hat (in der Regel einige Sekunden vor dem Sendedatum) |
| Status | siehe Kapitel 3.3.6 |

3.4 Kampagnen

Unsere Marketing-Applikation ermöglicht es Ihnen, einen ausgewählten Kundenkreis gezielt über Produktionen oder Veranstaltungen des Hauses zu informieren. Dadurch wird eine individuelle und effiziente Kundenbetreuung gefördert. Durchgeführte Aktionen werden dokumentiert und ihre Wirksamkeit ist durch verschiedene Auswertungen messbar, sodass Rückschlüsse auf den Erfolg der Aktion gezogen werden können.

3.4.1 Kampagnen einrichten

Um eine Mailingaktion durchzuführen, legen Sie zunächst eine Kampagne an. Eine Kampagne ist die Voraussetzung dafür, dass eine Mailingaktion durchgeführt werden kann.

Über die Karteikarten *Produktionen* und *Veranstaltungen* können Sie der Kampagne zu bewerbende Produktionen bzw. Veranstaltungen zuordnen, um später den Rückfluss zu erkennen.

Eine Kampagne kann aus mehreren Mailingaktionen bestehen. Über sie erfolgt die organisierte und gezielte Ansprache ausgewählter Kunden durch ein Mailing. Mailingaktionen können im Rahmen der Kampagnenauswertung differenziert ausgewertet werden.

→ **Marketing** / *Kampagnen* / *Kampagnen bearbeiten*

Kampagnen bearbeiten

| | |
|---|--|
| Nummer 23 | Anzahl Karten 0 |
| Titel Aktion "Family & Friends" | Betrag Karten 0,00 |
| Gültig von 01.10.2019 | Gültig bis 31.12.2019 |
| Kosten der Kampagne | Betrag Gewinn/Kosten 750,00 |
| Gewinn Karte absolut <input type="text"/> | Letzte Reaktion 00.00.0000 00:00:00 |
| Gewinn Karte prozentual <input type="text"/> | Kampagnen erstellt durch eventim |
| Auswertung gemäß <input checked="" type="checkbox"/> Version 2 | Erstellungsdatum 23.12.2015 11:04:55 |
| | Benutzergruppe Anja (Dokumentation) (788) |

Produktionen | **Veranstaltungen** | **Mailingaktionen**

| Nummer | Kontaktart | Bezeichnung | Kosten | Erstellungsdatum | Anzahl Karten | Betrag Karten | Betrag Gewinn | Letzte Reaktion | Version 2 |
|--------|-----------------------------|-------------|--------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|-------------------------------------|
| 55 | Kontakt per E-Mail (E-Mail) | 25 % Rabatt | 250,00 | 28.10.2019 13:34:32 | | | | 00.00.0000 00:00:00 | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.4.2 Mailingaktionen durchführen

Für eine Mailingaktion benötigen Sie zunächst eine E-Mail-Vorlage. Diese erstellen Sie im Programm *Kampagnen-E-Mails bearbeiten*.

Wir empfehlen Ihnen, die E-Mail-Vorlagen im HTML-Format zu erstellen. Hierfür steht Ihnen im Programm *Kampagnen-E-Mails bearbeiten* der WYSIWYG-HTML-Editor zur Verfügung.

E-Mail-Vorlagen können in mehreren Sprachen angelegt werden. Wichtig ist, dass Sie für die im Feld *Default-Sprache* eingestellte Sprache eine E-Mail-Vorlage erstellen. Beim Versand der E-Mail wird dann die am Kunden hinterlegte Sprache berücksichtigt und die entsprechende E-Mail-Vorlage ggf. inklusive Anhang versendet. Ist in der Sprache des Kunden keine E-Mail-Vorlage vorhanden, erhält dieser die E-Mail in der Default-Sprache.

Für die Erstellung der E-Mail-Vorlage können Sie auf verschiedene Felder aus den Kundendaten zurückgreifen. Die Kampagnen-E-Mails versenden Sie dann im Rahmen einer Mailingaktion.

→ **Marketing** / Stammdaten / Kampagnen-E-Mails bearbeiten

Kampagnen-E-Mails bearbeiten

Nummer
7

Bezeichnung
Einladung zur Theater-Nacht

Deaktiviert Benutzergruppe
Anja (Dokumentation) (788)

Default-Sprache
deutsch

Absender E-Mail

Blindkopie (BCC)

E-Mail-Vorlagen Vorschau Anhänge

| Sprache | Betreff | Variable Felder | Kennung |
|---------|-----------------------------|----------------------------------|----------------|
| deutsch | Einladung zur Theater-Nacht | Firma | [FIRMA] |
| | | Heute | [HEUTE] |
| | | Jetzt (Uhrzeit) | [JETZT] |
| | | Kunde: Abw. Debitorkontonummer | [ABW DEBITORN] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 1 | [BLOCK 1] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 2 | [BLOCK 2] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 3 | [BLOCK 3] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 4 | [BLOCK 4] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 5 | [BLOCK 5] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 6 | [BLOCK 6] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 7 | [BLOCK 7] |
| | | Kunde: Adressblock Zeile 8 | [BLOCK 8] |
| | | Kunde: Adresszusatz | [ADRESSZUSATZ] |
| | | Kunde: Anrede (Herr, Frau ...) | [ANREDE] |
| | | Kunde: Anrede (Sehr geehrte ...) | [ANREDE LANGF] |
| | | Kunde: Anrede-Kürzel | [ANREDE KUERZ] |

HTML-Editor starten

Auch für HTML-E-Mails stehen die für die Personalisierung entsprechenden Variablen zur Verfügung, z. B. [ANREDE LANGFORM]. Falls Sie Bilder einfügen möchten, empfehlen wir Ihnen, diese auf Ihrem Webserver zu hinterlegen und den entsprechenden Link in Ihre HTML-Vorlage einzufügen.

Im nächsten Schritt können Sie den ausgewählten Kunden über das Programm *Mailingaktionen bearbeiten* die ausgewählte E-Mail zusenden.

→ **Marketing / Kampagnen / Mailingaktionen bearbeiten**

Mailingaktionen bearbeiten

| Nummer | Bezeichnung | Nummer | Erstellungsdatum |
|--------|-------------------------|-----------------------------|---------------------|
| 4 | Werbung Les Misérables | 28 | 02.02.2015 14:33:09 |
| 6 | Werbung Aida | | |
| 8 | Werbung Die Zauberflöte | Kampagne | Anzahl Karten |
| 14 | Konzertreihe | Saisonstart mit Carmen | 0 |
| 17 | Newsletter 2013 | Benutzergruppe | Betrag Karten |
| 19 | Herbstkampagne 2013 | | 0 |
| 20 | Herbstkampagne 2013 | Kontaktart | Kosten |
| 26 | Theater-Nacht | Kontakt per E-Mail (E-Mail) | 250,00 |
| 28 | Carmen | Bezeichnung | Betrag Gewinn |
| | | Carmen | |

Ausgewählte Kunden Veranstaltungen Produktionen

| Kundennummer | Kunde | Status | Datum Auswahl | Datum Mailing | Datum Kauf |
|--------------|-------|------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 11 | | ausgewählt | 02.02.2015 14:37:43 | 00.00.0000 00:00:00 | 00.00.0000 00:00:00 |
| 1 | | gemailt | 02.02.2015 14:33:58 | 02.02.2015 14:36:52 | 00.00.0000 00:00:00 |

Datensatz auswählen

Suchkriterien

| Nummer | Bezeichnung | Absender E-Mail |
|--------|--|-----------------|
| 3 | | |
| 7 | | |
| 1 | E-Mail-Vorlage | |
| 2 | Mailvorlage Konzertreihe (1 Anschreiben+Flyer) | |
| 3 | Theaterbesuch | |
| 7 | Einladung zur Theater-Nacht | |

Hinweis

Beim Klicken auf das @-Symbol öffnet sich das Dialogfenster zur Auswahl der E-Mail-Vorlage. Sobald Sie auf das Häkchen (*Auswahl übernehmen*) klicken, werden die E-Mails direkt versendet.

Die Teilnahme an Kampagnen wird je nach Einstellung im Kassiererprofil im Reservierungsfenster des Kartenverkaufs angezeigt.

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Barverkauf: Reservieren

Veranst.-Suche Auftrag 4769 Plätze 1 Betrag 74,00 EUR Kunde Mustermann, Max (2) reservieren bezahlen

F 2079 Fr 26.03.2021 19:30 1.879 María de Buenos Aires Saalplan DE/EN Sitzplan ändern drucken

| | | | |
|-----------------|-------------------------|--------------------------|--|
| Auftrag 4769 | Auftragscode 788-824769 | noch zu zahlen 74,00 EUR | Auftrag bestätigen |
| Kunde | Mustermann (2) | | Reservierungsbestätigung (Kartenverkauf) |
| Kunde | Max | | mit Druckdokument |
| Ansprechpartner | | | Kartenverkauf Rechnung (KVRECH) |
| Rückfragen über | 0421 123456789 | | Schriftverkehr an |
| Versandart | Abholer | | Musterstraße 1 12345 Musterstadt |
| Abholer | | | Druckanschrift (bei E-Mail, Fax) |
| Bemerkung | | | <input checked="" type="checkbox"/> Preis andrucken <input checked="" type="checkbox"/> Karten drucken |
| Auftragsgebühr | Order fee (1) | Betrag 0,00 EUR | <input type="checkbox"/> Sonderreservierung |
| | | | Reservierungsfrist Fr 26.03.2021 23:59:00 |

Kundendaten Memotext

Kundenstatistik Marketingcodes

speichern

Max Mustermann

👑 A Kunde 100

📄 5 Ermäßigungsgutscheine 119,50 EUR

Kundenmerkmale

VIP (001)

Theaterliebhaber*in (005)

Family & Friends (007)

Kampagnen

Saisonstart mit Carmen (15)

Zur weiteren Information der Adressaten von Mailingaktionen können auch Dateianlagen versendet werden, z. B. Flyer als PDF.

Im Programm *Kampagnen-E-Mails bearbeiten* können Sie auf der Karteikarte *Anhänge* Datensätze anlegen, in denen die Dateianlagen den E-Mail-Vorlagen entsprechend zugeordnet werden. Es können beliebig viele Datensätze angelegt werden. Die in den Details ausgewählte Sprache ist ausschlaggebend dafür, welche Anlagen den Kunden zugestellt werden. Referenziert wird auf das eingestellte Land des jeweiligen Kunden in der Kundenverwaltung.

Um eine Datei als Anhang auszuwählen, klicken Sie auf das Icon *Datei auswählen* am linken Rand oder führen Sie im Feld *Dateiname* einen Doppelklick aus. Es öffnet sich der Dialog, um die gewünschte Datei auszuwählen, hochzuladen und der Vorlage zuzuweisen.

→ **Marketing** / Stammdaten / Kampagnen-E-Mails bearbeiten

Kampagnen-E-Mails bearbeiten

| Nummer | Bezeichnung | Deaktiviert | Default-Sprache | Absender E-Mail |
|--------|-----------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|
| 7 | Einladung zur Theater-Nacht | <input type="checkbox"/> | deutsch | |

E-Mail-Vorlagen Vorschau **Anhänge**

| Sprache | Dateiname | Beschreibung |
|----------|-----------|--------------|
| deutsch | Flyer.pdf | Theater News |
| englisch | Flyer.pdf | Theater News |

Datei auswählen

Der Speicherort für Anlagen wird in der **Systemverwaltung** im Programm *Firmendaten bearbeiten* hinterlegt:

- Der Speicherort für Dateianhänge kann im Filesystem oder in der Datenbank erfolgen. Dies erfordert die zusätzliche Einrichtung auf dem Datenbankserver.
- Wenn im Filesystem gespeichert werden soll, ist der Pfad hier zu hinterlegen.

Anhangspeicherung für Kampagnen-Mails

Filesystem

Speicherort

G:\Anlagen

Hinweis

Das Versenden von E-Mails erfolgt in der Regel über Ihren eigenen Mail-Server. Daher obliegt es auch Ihnen, die Zahl der E-Mails wie auch die Größe der Anhänge zu bestimmen. Gelegentlich können diese Faktoren angeschlossene Peripheriesysteme erheblich in ihrer Performance beeinflussen. Wir empfehlen Ihnen daher, Flyer, Programmhefte etc. auf Ihrem Webserver abzulegen und den Link in Ihre E-Mail-Vorlagen einzubinden.

3.4.3 Kampagnen-Sendeprotokoll

Mithilfe des Kampagnen-Sendeprotokolls können Sie jederzeit nachvollziehen, welche Kunden z. B.

aufgrund einer falschen E-Mail-Adresse nicht erreicht wurden und die betreffenden Datensätze in der Kundenverwaltung korrigieren. Häufige Fehler sind z. B. Leerzeichen in der E-Mail-Adresse des Empfängers.

→ **Marketing / Auswertungen / Kampagnen-Sendeprotokoll**

| Status | Sende Datum | Kunde | Meldung | Kampagne |
|------------------------|---------------------|-------|--|----------|
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:10:19 | | Kunde: 1; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:10:19; Mailadresse: anj; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:13 | | Kunde: 215; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:13; Mailadresse: a; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:13 | | Kunde: 294; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:13; Mailadresse: h; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:14 | | Kunde: 296; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:14; Mailadresse: e; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:15 | | Kunde: 11; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:14; Mailadresse: o; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:15 | | Kunde: 221; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:15; Mailadresse: a; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:15 | | Kunde: 241; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:15; Mailadresse: a; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:30:15 | | Kunde: 261; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:30:15; Mailadresse: a; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Fehler aufgetreten! | 04.11.2019 11:30:16 | | Kunde: 3; Mailingstatus=NOK_SEND; 04.11.2019 11:30:16; Mailadresse: ; Aktion "Family & Friends" (23) | |
| Erfolgreich versendet! | 04.11.2019 11:48:21 | | Kunde: 3; Mailingstatus=OK; 04.11.2019 11:48:21; Mailadresse: test; Aktion "Family & Friends" (23) | |

Jede E-Mail wird mit einer entsprechenden Meldung im Protokoll aufgeführt. Die Meldung beinhaltet die Kundennummer, den Mailingstatus, Datum und Uhrzeit des Versands sowie die E-Mail-Adresse des Empfängers. Das Protokoll zeigt Ihnen auch die erfolgreich versendeten E-Mails an. Über eine Checkbox können Sie die Anzeige auf die E-Mails einschränken, die nicht versendet wurden.

| Mailingstatus | Beschreibung |
|---------------|---|
| OK | Die E-Mail wurde fehlerfrei versendet. |
| NOK_EMAIL | Es ist keine E-Mail-Adresse vorhanden. Die E-Mail wurde nicht versendet. |
| NOK_MESSAGE | Der Betreff und/oder der E-Mail-Text fehlt. Die E-Mail wurde nicht versendet. |
| NOK_SEND | Es ist ein allgemeiner Fehler aufgetreten (z. B. Leerzeichen in der E-Mail-Adresse des Empfängers). Die E-Mail wurde nicht versendet. |

3.4.4 Löschen von Kampagnen und Mailingaktionen

Sie haben die Möglichkeit, einzelne Mailingaktionen oder ganze Kampagnen zu löschen, sodass diese nicht mehr in den Auswertungen berücksichtigt werden. Das INHOUSE-System löscht auch alle Zuweisungen (Kunden, Veranstaltungen, Produktionen) zu einer Mailingaktion oder Kampagne und damit

auch alle vorher erfassten Verkäufe (Bewegungsdaten). Diese Bewegungsdaten sind in zukünftigen Marketing-Auswertungen dann nicht mehr vorhanden.

- **Marketing** / *Kampagnen* / *Kampagnen bearbeiten*
- **Marketing** / *Kampagnen* / *Mailingaktionen bearbeiten*

Hinweis

Beim Löschvorgang wird der Benutzer darauf hingewiesen, dass die Bewegungsdaten ebenfalls gelöscht werden. Dieser Vorgang kann nicht rückgängig gemacht werden.

3.4.5 Mailingaktionen gezielt einsetzen

Häufig führt zu viel Werbung im E-Mail-Postfach dazu, dass E-Mails, ohne gelesen zu werden im Papierkorb landen. Damit Ihre Kunden auch weiterhin Interesse an Ihren Informationen zeigen und sich nicht durch zu viele E-Mails belästigt fühlen, sollten Sie darauf achten, dass zwischen Ihren Mailingaktionen ausreichend Zeit liegt.

Sie können z. B. im Rahmen einer Mailingaktion festlegen, dass nur diejenigen Kunden eine E-Mail erhalten, die seit einem bestimmten Zeitraum an keiner Mailingaktion bzw. Kampagne teilgenommen haben. Die Kundendatenselektion bietet Ihnen verschiedene Einstellungsmöglichkeiten, um Ihre Zielgruppe einzugrenzen.

Öffnen Sie dazu im Menü *Kampagnen* das Programm *Mailingaktionen bearbeiten* und wählen Sie eine Mailingaktion aus oder legen Sie einen neuen Datensatz an. Über das Icon *Kunden selektieren* auf der Karteikarte *Ausgewählte Kunden* legen Sie die Kunden fest, denen Sie das Mailing zusenden möchten.

→ **Marketing / Kampagnen / Mailingaktionen bearbeiten**

The screenshot shows the 'Mailingaktionen bearbeiten' interface. The main window has a search criteria table and a list of actions. A modal window 'Kundendaten selektieren' is open, displaying a list of customer categories. The 'Kampagnenteilnehmer' category is selected and highlighted with a red box. The 'Ausgewählte Kunden' tab is active, and the 'Kunde' column is visible in the background table.

| Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|
| Nummer | Kampagne | Kontaktart | Bezeichnung | Kosten | Erstellungsdatum |
| 17 | | | | | |
| 17 | Konzertreihe | E-Mail (1) | Konzertreihe | 0,00 | 13.05.2013 15:52:58 |

| Ausgewählte Kunden | Veranstaltungen | Produktionen | | | |
|--------------------|-----------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| Kundennummer | Kunde | Status | Datum Auswahl | Datum Mailing | Letzte Reaktio |
| | | | | | |

Kundendaten selektieren

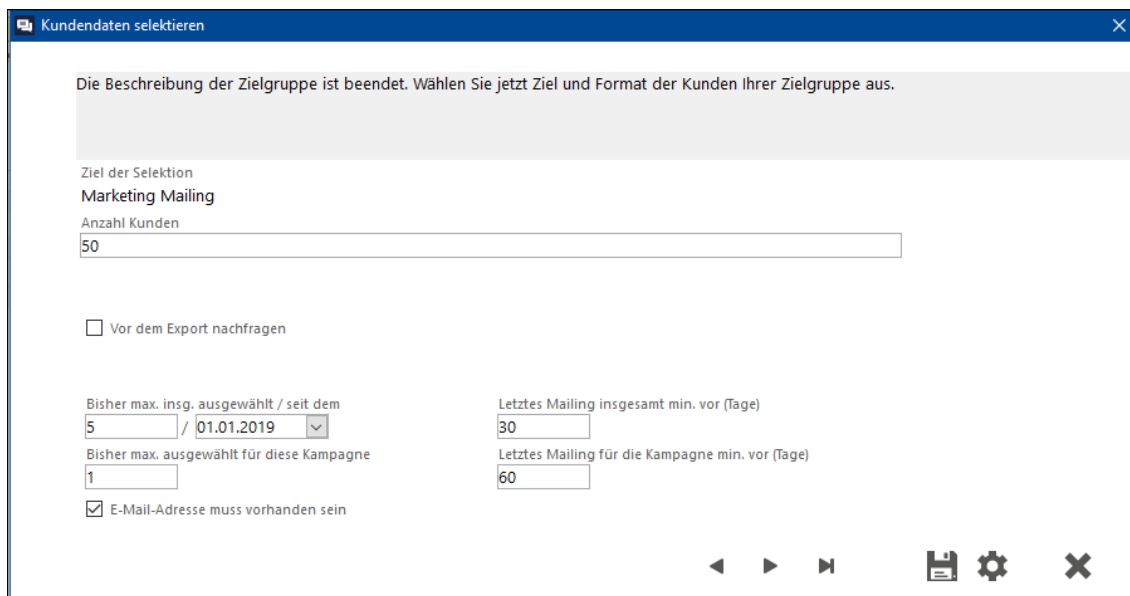
Wählen Sie bitte eine Kategorie als Grundlage Ihrer Kundendaten-Selektion aus. Sie werden dann entsprechend Ihrer Wahl weitergeführt.

Kategorie

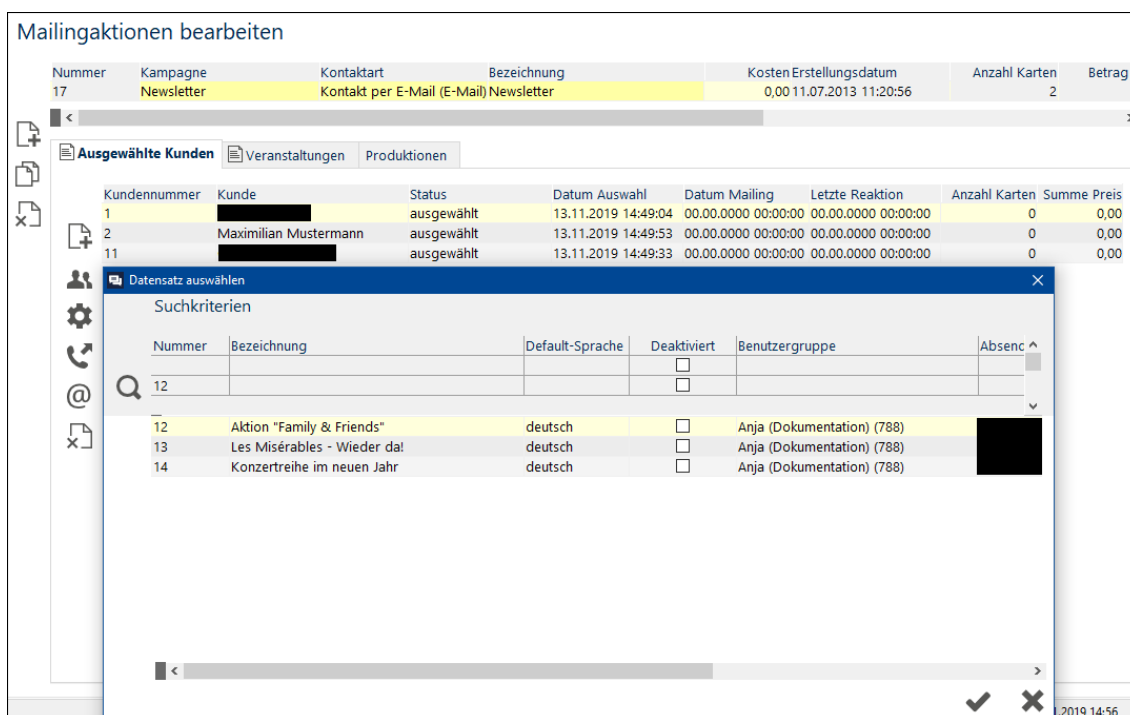
- Saisonkarteninhaber
- Veranstaltungskäufer
- Veranstaltungskäufer mit stornierten Aufträgen für stornierte Veranstaltungen
- Kunden in der Kartenverkauf-Warteliste
- Personen mit Kundenmerkmalen
- Lieferscheinkunden
- Verlage
- Alle Personen
- Geburtstagskinder
- Mitglieder
- Losabonnenten
- Mitgliedschaften
- Kampagnenteilnehmer**
- Selektion mit UND/ODER-Verknüpfung

Sie können gleich zu Beginn die Selektion auf Kampagnenteilnehmer einschränken und im Verlauf der Selektion weitere Kriterien für Ihre Zielgruppe festlegen. Hier lassen sich beispielsweise alle Kampagnenteilnehmer ausschließen, die im Rahmen einer bestimmten Kampagne und/oder einer bestimmten Mailingaktion (es können auch mehrere ausgewählt werden) bereits kontaktiert wurden.

Im letzten Schritt der Selektion lassen sich weitere Kennzahlen einstellen, z. B. wie lange das letzte Mailing mindestens zurückliegen soll (diese Einstellungen können für jede eingangs gewählte Kategorie vorgenommen werden).



Nachdem Sie die Selektion durchgeführt haben, werden die für das Mailing in Frage kommenden Kunden angezeigt. Diesen Kunden können Sie nun eine E-Mail zusenden. Einzelne Kunden lassen sich bei Bedarf wieder aus der Liste löschen, indem Sie die entsprechende Zeile markieren und auf das Icon *Datensatz löschen* klicken.



Hinweis

Beim Klicken auf das @-Symbol öffnet sich das Dialogfenster zur Auswahl der E-Mail-Vorlage. Sobald Sie auf das Häkchen (*Auswahl übernehmen*) klicken, werden die E-Mails direkt versendet.

3.4.6 Erfolgskontrolle

Eine Erfolgskontrolle für Kampagnen liefert die Übersicht *Reaktionen auf Mailingaktionen* (*Auswertungen / Mailingaktionen*). Für diese Auswertung gibt es drei unterschiedliche Auswertungsmöglichkeiten:

- Reaktionen auf Mailingaktionen
- Reaktionen auf Mailingaktionen (mit zeitlichem Verlauf)
- Reaktionen auf Mailingaktionen (pro Veranstaltung / Produktion)

Auf diese Weise lässt sich z. B. nachvollziehen, wie viele Kunden eine E-Mail erhalten und daraufhin tatsächlich Karten gekauft haben.

→ **Marketing** / *Auswertungen / Mailingaktionen / Reaktionen auf Mailingaktionen*

| Reaktionen auf Mailingaktionen | | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------|----------------|---------------------|--|----------------|---------------------|---------------|
| Suchkriterien | | | | | | | |
| Letzte Aktion | | | | | | | |
| Von Datum | | Bis Datum | | | | | |
| 01.01.2019 | | 00.00.0000 | | | | | |
| Kampagne | | | | | | | |
| Aktion "Family & Friends" (23) | | | | Veranstaltung | | | |
| | | | | 10.10.2020 20:00 Die Zauberflöte (689) | | | |
| Mailing | | | | | | | |
| 25 % Rabatt (55) | | | | Produktion | | | |
| | | | | | | | |
| Auswertung | | | | | | | |
| Reaktionen auf Mailingaktionen | | | | | | | |
| Kampagne Nummer | Kampagne Titel | Mailing Nummer | Mailing Bezeichnung | Datum Mailingaktion | Mailing Status | Datum letzte Aktion | Anzahl Kunden |
| 23 | Aktion "Family & Friends" | 55 | 25 % Rabatt | 28.10.2019 | ausgewählt | 04.11.2019 | 1 |
| 23 | Aktion "Family & Friends" | 55 | 25 % Rabatt | 28.10.2019 | gemailt | 04.11.2019 | 8 |
| 23 | Aktion "Family & Friends" | 55 | 25 % Rabatt | 28.10.2019 | gekauft | 13.11.2019 | 1 |

Eine weitere Auswertungsmöglichkeit bietet das Programm *Kundenreaktionen auf Kampagnen*. Hierüber lassen sich z. B. auch Kundenmerkmale zuweisen. Diese Statistik kann Sie bei Ihrer Entscheidung unterstützen, ob Kunden, die bisher nicht reagiert haben, erneut kontaktiert werden sollen.

→ **Marketing** / Auswertungen / Mailingaktionen / Kundenreaktionen auf Kampagnen

Kundenreaktionen auf Kampagnen

Suchkriterien

Mailingzeitraum
 Von: Bis:

Kundenmerkmal
 Einschließend:

Ausschließend:

Mindestanzahl Reaktionen:

Kundenmerkmal zuweisen

| Kundennummer | Name | Anzahl Kampagnen | Anzahl Mailing | Positive Kaufreaktionen (Karten) |
|--------------|------------------------|------------------|----------------|----------------------------------|
| 1 | | 2 | 2 | 2 |
| 2 | Mustermann, Maximilian | 1 | 1 | 1 |

3.5 Newsletter-Funktion

Für Kulturveranstalter wird es immer wichtiger, ihre Kunden z. B. über Newsletter gezielt anzusprechen. Gerade wenn Sie ein Mehrspartenhaus betreiben, kann es außerdem sinnvoll sein, Ihren Kunden unterschiedliche Newsletter anzubieten (z. B. für Oper, Schauspiel, Ballett und Kindertheater).

Mit dem Newsletter-Stammdatenprogramm können Sie beliebig viele Newsletter-Kennzeichen anlegen und verwalten. Im Webshop kann der Kunde dann genau die Newsletter-Angebote auswählen, die seine Interessenlage treffen. Diese Information wird automatisch in die Kundenverwaltung übernommen. Damit können Sie in Zukunft sehr viel genauer als bisher auf die Informationswünsche Ihrer Kunden eingehen.

Hinweise

1. *Absender:* Verwenden Sie kundenfreundliche Absenderadressen, z. B. marketing@. Oft werden no-reply@-Adressen benutzt, die die Empfänger aber möglicherweise als abweisend empfinden. Die Absenderadresse ist ein wichtiger Erfolgsfaktor und entscheidet darüber, ob eine E-Mail vom Empfänger im Posteingang wahrgenommen und geöffnet wird.
2. *Betreff:* Wählen Sie einen möglichst kurzen und aussagekräftigen Betreff. Denken Sie daran, dass die Betreffzeile auf mobilen Endgeräten ggf. abgeschnitten wird. Der Betreff sollte dann immer noch sinnvoll sein. Und ganz wichtig: Testen Sie die E-Mails, die Sie versenden möchten, auf verschiedenen Geräten bzw. mit unterschiedlichen E-Mail-Clients, um sicherzustellen, dass Ihre E-Mails bei möglichst allen Kunden korrekt dargestellt werden.

3.5.1 Newsletter-Kennzeichen verwalten

Im Programm *Newsletter-Kennzeichen bearbeiten* können verschiedene Newsletter-Kennzeichen angelegt werden. Mit der DSGVO-konformen Option *Double-Opt-In* muss der interessierte Kunde seine Newsletter-Anmeldung in einem zweiten Schritt bestätigen. Dazu wird dem Kunden eine E-Mail mit einem Aktivierungslink geschickt. Der Link ist nur für einen bestimmten Zeitraum gültig. Dieser kann im Programm *Firmendaten bearbeiten (Systemverwaltung / Basisdaten)* festgelegt werden, der voreingestellte Standardwert beträgt 24 Stunden. Damit – bei der Auswahl mehrerer Newsletter – die Aktivierungslinks nicht zu unterschiedlichen Zeiten ablaufen, wird die Gültigkeit für alle Newsletter über diesen Parameter gesteuert.

→ **Systemverwaltung / Kundendaten / Newsletter-Kennzeichen bearbeiten**

The screenshot shows the 'Newsletter-Kennzeichen bearbeiten' window. At the top, there is a search criteria table:

| Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien | Suchkriterien |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Nummer | Bezeichnung | Titel | Beschreibung |
| 13 | | | |

Below the table, the details for the selected entry (ID 13) are shown:

- Nummer: 13
- Bezeichnung: Newsletter "Double-Opt-In"
- Titel: Unser Programm im Frühjahr 2020
- Beschreibung: Veranstaltungen Frühjahr 2020
- Verfahren: Double-Opt-In (highlighted with a red box)
- Pflichtauswahl
- Aktiv

On the right side, additional settings are visible:

- Nutzung im Webshop - Kundendaten: Änderbar
- Nutzung im Webshop - Auftragsabschluss: Änderbar
- Nutzung auch für Webshop-Gäste
- Gültigkeitsdauer in Monaten: 6
- Sortierung: [empty]
- Geändert von: eventim
- Geändert am: 25.11.2019 16:16:06

Die Nummer wird bei der Anlage eines neuen Datensatzes automatisch vergeben (die Nummern 1 und 2 sind mit dem früheren Standard-Newsletter bzw. der Telemarketing-Einwilligung vorbelegt).

Auswahlliste Verfahren:

| Option | Beschreibung |
|-----------------------|--|
| <i>Double-Opt-In</i> | Mit der DSGVO-konformen Option <i>Double-Opt-In</i> muss die Newsletter-Anmeldung in einem zweiten Schritt bestätigt werden. Äußert der Kunde per Newsletter-Kennzeichen seinen Bezugswunsch, wird systemseitig eine E-Mail mit einem Link versendet, den der Kunde bestätigen muss, um den Bezug zu aktivieren. |
| <i>Opt-In</i> | Der Kunde muss explizit anklicken, ob er der Zusendung eines Newsletters zustimmt (nicht empfohlen). |
| <i>Opt-Out</i> | Der Kunde muss die entsprechende Checkbox deaktivieren, wenn er z. B. einen bestimmten Newsletter nicht erhalten möchte (nicht empfohlen). |
| <i>Pflichtauswahl</i> | Zusätzlich lässt sich per Checkbox definieren, ob der Kunde den Eintrag auswählen muss, um den Bestellvorgang abschließen zu können. |
| <i>Aktiv</i> | Nur aktive Newsletter-Kennzeichen werden im INHOUSE-Webshop angezeigt. |

Für die Nutzung des Newsletter-Kennzeichens im INHOUSE-Webshop stehen verschiedene Optionen zur Verfügung. Diese können für die Kundendatenseite und die Auftragsabschlussseite separat eingestellt werden.

Newsletter-Kennzeichen bearbeiten

Nummer
 11

Bezeichnung
 Promotion "Family & Friends"

Titel
 Promotion "Family & Friends"

Beschreibung
 Ja, ich möchte den Newsletter speziell für Familien erhalten. <

Verfahren
 Double-Opt-In

Pflichtauswahl
 Aktiv

Nutzung im Webshop - Kundendaten
 Änderbar

Nutzung im Webshop - Auftragsabschluss
 Änderbar

Nein
 Anzeige
 Änderbar
 Automatische Verlängerung
 Reaktivierbar

Geändert am
 01.11.2019 14:50:03

Auswahllisten *Nutzung im Webshop – Auftragsabschluss / Kundendaten*:

| Option | Beschreibung |
|----------------------------------|---|
| <i>Nein</i> | Das Newsletter-Kennzeichen wird nicht im Webshop angezeigt. |
| <i>Anzeige</i> | Das Newsletter-Kennzeichen wird angezeigt, kann aber nicht geändert werden. |
| <i>Änderbar</i> | Das Newsletter-Kennzeichen wird angezeigt und kann geändert werden. |
| <i>Automatische Verlängerung</i> | Die Gültigkeit des Newsletter-Kennzeichens wird nach einer Änderung automatisch verlängert. |
| <i>Reaktivierbar</i> | Hatte der Kunde eine bestimmte Checkbox bei seinem letzten Webshop-Besuch bereits angewählt, muss er diese bei jedem Besuch erneut anklicken. |

Folgende Einstellungen sind außerdem möglich:

| Einstellung | Beschreibung |
|---|--|
| <i>Gültigkeitsdauer</i> in <i>Monaten</i> | Bleibt das Feld leer, ist das Newsletter-Kennzeichen unbefristet gültig. |
| <i>Sortierung</i> | Über dieses Feld wird die Anzeigereihenfolge der Newsletter-Kennzeichen im Webshop bestimmt. |

Auf der Karteikarte *Alternative Bezeichnungen* können alternative Bezeichnungen für die Ansicht im INHOUSE-Webshop hinterlegt werden. Sie können für jede verfügbare Sprache einen abweichenden Titel eintragen, dieser wird dann beim Aufruf der fremdsprachigen Version angezeigt.

3.5.2 Newsletter-Auswahl im INHOUSE-Webshop

Die unterschiedlichen Newsletter können Sie Ihren Kunden sowohl im Webshop als auch an der Kasse anbieten (z. B. bei telefonischer oder persönlicher Bestellung).

Newsletter

Promotion "Family & Friends"
Ja, ich möchte den Newsletter speziell für Familien erhalten.
Unser Newsletter enthält übrigens einen **Aktionscode**, mit dem Sie Ihre Tickets zu einem ermäßigten Preis erwerben können.

Unsere Veranstaltungen im Frühjahr 2020
Ja, ich möchte über alle Veranstaltungen im Frühjahr 2020 informiert werden.

Warenkorb ✎

Schumann o. 54 - Klavier und Orchester

📅 Di 10.12.2019 ⌚ 19:30 📍 Spielort Bremen (DE) (Seatmap)

| Block 4 rechts | Reihe | Platz | Platzgruppe 1 | Normal Price | 74,00 € <small>(inkl. 0.00 € VVKGebühr)</small> |
|----------------|-------|-------|---------------|--------------|--|
| | 9 | 24 | | | |

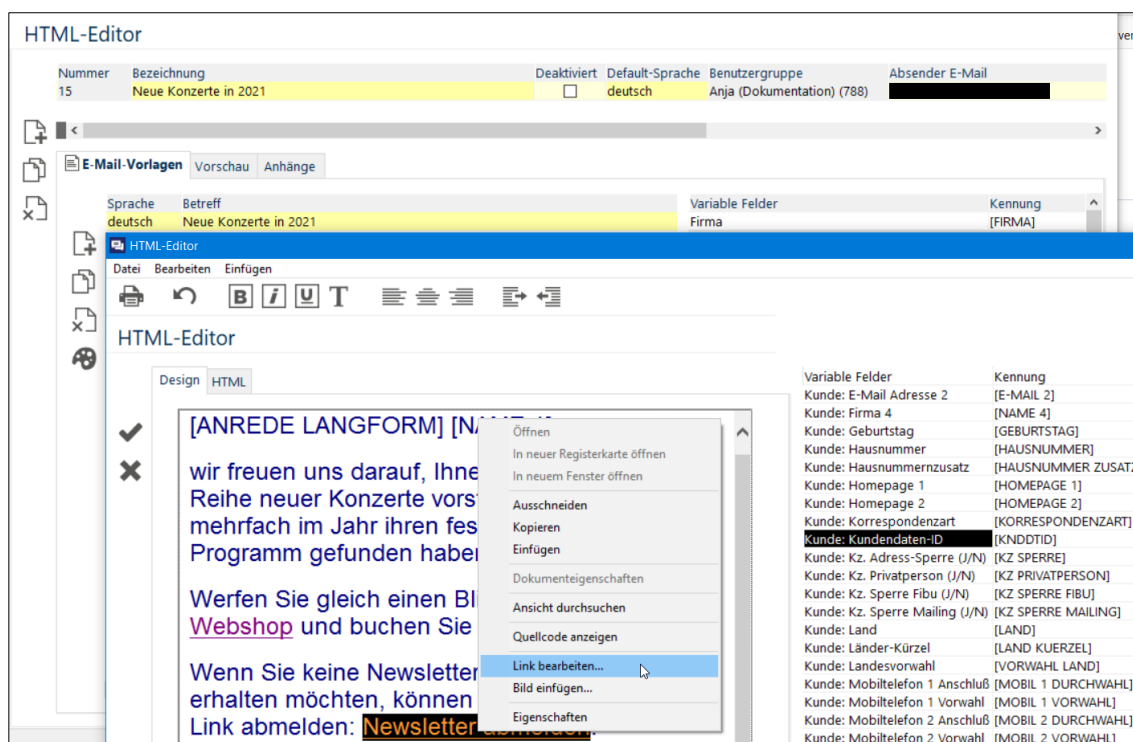
Im Webshop kann der Kunde – je nach Einstellung – den gewünschten Newsletter in den Kundendaten oder auf der Bezahlsseite auswählen. Diese Information wird dann automatisch in die Kundenverwaltung übernommen. Im Kartenverkauf gelangt das Kassenpersonal auf der Ebene *Reservieren* über die Schaltfläche *Kundendaten* direkt in die Auswahlbox der Kundenverwaltung und kann auf der Karteikarte *Newsletter* die gewünschten Newsletter hinzufügen.

Um diese Funktionalität abzurunden und DSGVO-Konformität zu gewährleisten, können Kunden die gewählten Newsletter seit der INHOUSE-Version 2021.1 auch bequem im Webshop abbestellen. Damit kann sowohl die Newsletter-Anmeldung als auch die – Abmeldung komplett im Webshop erfolgen.

Für jeden Kunden, der einen Newsletter abonniert hat, wird eine sog. Kundendaten-ID erzeugt. Über diese ID kann der Newsletter abgemeldet werden.

Die Kundendaten-ID steht als Variable zur Verfügung und lässt sich in E-Mail-Vorlagen, Kampagnen- und Veranstaltungs-E-Mails einfügen.

→ **Marketing / Stammdaten / Kampagnen-E-Mails bearbeiten**



Die ID kann als Variable direkt in den Link eingefügt werden:

[Link zur Ihrem Webshop]/webticket/newsletter?ref=[KNDDTID].



Der Kunde hat die Möglichkeit, sich entweder von allen Newslettern, die bspw. im Rahmen von Kampagnen-E-Mails versendet werden, auf einmal oder von einzelnen Newslettern abzumelden.

Bitte wählen Sie die Newsletter ab, die Sie nicht mehr empfangen möchten und klicken Sie anschließend auf "Auswahl speichern".

Neue Konzerte im Sommer
Unsere neue Konzertreihe startet im Juli!

3.6 Marketingcodes

Marketingcodes sind Kennzeichen, die die Werbungsrezeption und die Kaufreaktion der Kunden beschreiben. Mithilfe von Marketingcodes können Sie dem Käufer an der Kasse oder im INHOUSE-Webshop Fragen stellen (z. B. „Wie sind Sie auf die Veranstaltung aufmerksam geworden?“) und im Anschluss auswerten.

In INHOUSE bestehen diese Kennzeichen aus zwei Stufen: den Auftragsmerkmalgruppen und den Auftragsmerkmalen, die beliebig Produktionen und Veranstaltungen zugewiesen werden können. Sie können bei der Auftragerstellung im Kartenverkauf erfasst oder im INHOUSE-Webshop abgefragt werden. Im Anschluss bieten sich dadurch umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten zum Kundenverhalten.

Marketingcodes werden als *Auftragsmerkmalgruppen* und *Auftragsmerkmale* angelegt.

3.6.1 Auftragsmerkmalgruppen anlegen

Auftragsmerkmalgruppen bilden die erste Stufe der Marketingcodes und können als Gruppenkennzeichen betrachtet werden, zu denen jeweils differenzierte Unterkennzeichen (die einzelnen Auftragsmerkmale) gehören.

Anwendungspraktisch kann eine Auftragsmerkmalgruppe z. B. eine bestimmte Frage an den Kunden sein, die dann im Kartenverkauf im Fenster *Marketingmerkmale zuweisen* angezeigt wird und für die es mehrere Antwortmöglichkeiten gibt. Dieses Fenster kann beim Bezahlvorgang über die Schaltfläche *Marketingcodes...* geöffnet werden.

→ **Marketing / Stammdaten / Auftragsmerkmalgruppen bearbeiten**

Auftragsmerkmalgruppen bearbeiten

Kennung: Anzeige-Reihenfolge:

Pflichtauswahl Merkmal frei erfassbar

Kassiererprofile individuell zuweisen

Bezeichnung:

Anzeigetext:

Merkmale KV-Kassiererprofile

| Merkmalscode | Bezeichnung | Bezeichnung im Web | Veranstaltungsgebunden |
|--------------|-------------|--------------------------|--------------------------|
| MKT01 | Freunde | Empfehlung durch Freunde | <input type="checkbox"/> |
| MKT02 | Zeitung | Tageszeitung | <input type="checkbox"/> |
| MKT03 | Facebook | Facebook | <input type="checkbox"/> |
| MKT04 | Twitter | Twitter | <input type="checkbox"/> |
| MKT05 | Newsletter | Newsletter | <input type="checkbox"/> |

Ist die Checkbox *Pflichtauswahl* aktiviert, kann der Bezahlvorgang erst nach Auswahl bzw. Eingabe einer Antwort abgeschlossen werden. Freie Texte, z. B. Postleitzahlen, können eingegeben werden, wenn die Checkbox *Merkmal frei erfassbar* aktiviert ist.

Hinweis

Die Felder *Bezeichnung im Web* sowie *Anzeigetext im Web* steuern die Anzeige der jeweiligen Abfrage im INHOUSE-Webshop. Sie müssen nur befüllt werden, wenn die Anzeige der Marketingcodes für den INHOUSE-Webshop ebenfalls gewünscht ist.

3.6.2 Auftragsmerkmale anlegen

Auftragsmerkmale bilden die zweite Stufe der Marketingcodes und stellen die differenzierten Unterkennzeichen dar, die jeweils einem Gruppenkennzeichen zugeordnet sind. Anwendungspraktisch kann ein Auftragsmerkmal z. B. eine mögliche Antwort auf eine als Frage an den Kunden formulierte Auftragsmerkmalgruppe sein.

Die Auftragsmerkmale werden im Programm *Auftragsmerkmale bearbeiten* im Menü *Stammdaten* definiert. Jeder Gruppe wird eine Anzahl von Merkmalen zugeordnet, die z. B. mögliche Antworten auf die Fragen sein können.

→ **Marketing / Stammdaten / Auftragsmerkmale bearbeiten**

Auftragsmerkmale bearbeiten

Suchkriterien

| Merkmalscode | Merkmalsgruppe | Bezeichnung | Bezeichnung im Web | Veranstaltungsgebunden |
|--------------|----------------|-------------|--------------------|--------------------------|
| | Wie? (MKT4) | | | <input type="checkbox"/> |

| <table border="1"> <thead> <tr> <th>Merkmalscode</th> <th>Bezeichnung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>MKT01</td><td>Freunde</td></tr> <tr><td>MKT02</td><td>Zeitung</td></tr> <tr><td>MKT03</td><td>Facebook</td></tr> <tr><td>MKT04</td><td>Twitter</td></tr> <tr><td>MKT5</td><td>Newsletter</td></tr> </tbody> </table> | Merkmalscode | Bezeichnung | MKT01 | Freunde | MKT02 | Zeitung | MKT03 | Facebook | MKT04 | Twitter | MKT5 | Newsletter | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Merkmalscode</th> <th>Merkmalsgruppe</th> <th>Bezeichnung</th> <th>Bezeichnung im Web</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MKT01</td> <td>Wie? (MKT4)</td> <td>Freunde</td> <td>Empfehlung durch Freunde</td> </tr> </tbody> </table> | Merkmalscode | Merkmalsgruppe | Bezeichnung | Bezeichnung im Web | MKT01 | Wie? (MKT4) | Freunde | Empfehlung durch Freunde | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Anzeige-Reihenfolge</th> <th>Gültig von</th> <th>Gültig bis</th> <th>Tage vor der Veranstaltung/bis Uhrzeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>00.00.0000 00:00:00</td> <td>00.00.0000 00:00:00</td> <td>00:00</td> </tr> </tbody> </table> | Anzeige-Reihenfolge | Gültig von | Gültig bis | Tage vor der Veranstaltung/bis Uhrzeit | | 00.00.0000 00:00:00 | 00.00.0000 00:00:00 | 00:00 |
|--|---------------------|---------------------|--|---------|-------|---------|-------|----------|-------|---------|------|------------|---|--------------|----------------|-------------|--------------------|-------|-------------|---------|--------------------------|---|---------------------|------------|------------|--|--|---------------------|---------------------|-------|
| Merkmalscode | Bezeichnung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT01 | Freunde | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT02 | Zeitung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT03 | Facebook | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT04 | Twitter | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT5 | Newsletter | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Merkmalscode | Merkmalsgruppe | Bezeichnung | Bezeichnung im Web | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MKT01 | Wie? (MKT4) | Freunde | Empfehlung durch Freunde | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzeige-Reihenfolge | Gültig von | Gültig bis | Tage vor der Veranstaltung/bis Uhrzeit | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 00.00.0000 00:00:00 | 00.00.0000 00:00:00 | 00:00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Veranstaltungsgebunden
 Pseudomerkmal

Es kann festgelegt werden, ob die Marketingcodes veranstaltungsgebunden oder generell aktiviert werden sollen, ob freie Eingabefelder erlaubt sind, und bis zu welchem Zeitpunkt die Abfrage vor einer Veranstaltung aktiv sein soll.

Um frei erfassbare Antworten abzufragen, z. B. nach der Postleitzahl des Kunden, müssen die Auftragsmerkmale im Programm *Auftragsmerkmale bearbeiten* als Pseudomerkmal gekennzeichnet sein. Die Checkbox *Merkmal frei erfassbar* finden Sie im Programm *Auftragsmerkmalgruppen bearbeiten*.

→ **Marketing / Stammdaten / Auftragsmerkmalgruppen bearbeiten**

Auftragsmerkmalgruppen bearbeiten

Kennung: Anzeige-Reihenfolge:

Pflichtauswahl Merkmal frei erfassbar

Kassiererprofile individuell zuweisen

Bezeichnung:

Anzeigetext:

| Bezeichnung | Kennung | Benutzergruppe |
|-------------|---------|----------------------------|
| kv-admin | 2 | Anja (Dokumentation) (788) |

Die angelegten Auftragsmerkmale können allen oder einzelnen Kassiererprofilen zugewiesen werden, die Marketingoption muss zur Freigabe grundsätzlich in der Systemverwaltung pro Kassiererprofil aktiviert

sein.

→ **Systemverwaltung** / Berechtigungen / Kassiererprofile KV bearbeiten

Kassiererprofile KV bearbeiten

Bezeichnung: kv-admin

Kennung: 2 aktiv

Für die Benutzergruppe: Anja (Dokumentation) (788)

Verkaufstage: Ab -10 Bis 740 Anzeige 750

Standard-Arbeitsprofil: Barverkauf

Standard-Verkaufsart: Normalpreis (1)

Verkaufsberechtigung über Schablonenprofil:

Maximale Anzahl Karten pro Auftrag: Stück

Max. Anzahl Karten pro Veranstaltung/Package pro Auftrag: Stück

Beachtung der Mengenbeschränkungen: Hinweis

Stornierung von Karten nach: Tagen maximal

Zugriff auf Veranstaltungen mit Status:
 Bereitstellung Storno
 Verkaufsfreigabe Abschluss

Verkaufsgebühren pro Karte: prozentual

0,00 % vom Preisanteil 1

Steuersatz der Verkaufsgebühr: none (0)

Arbeitsprofile

| Bezeichnung | Marketing | Steuermodus |
|---------------------|-------------------------------------|-------------|
| Barverkauf | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Lieferscheinverkauf | <input type="checkbox"/> | |

Über die Programme *Produktionen Auftragsmerkmale zuordnen* und *Veranstaltungen Auftragsmerkmale zuordnen* können Sie die Auftragsmerkmale oder Auftragsmerkmalgruppen bestimmten Produktionen bzw. Veranstaltungen zuweisen.

→ **Marketing / Stammdaten / Produktionen Auftragsmerkmale zuordnen**

Produktionen Auftragsmerkmale zuordnen

Nummer 3 Bezeichnung Die Zauberflöte Nummer 3
 Bezeichnung Die Zauberflöte

| Merkmalgruppe | Kennung | Bezeichnung | Gültig von | Gültig bis | Tage vor der Veranstaltung | Bis Uhrzeit |
|---------------|---------|--------------|---------------------|---------------------|----------------------------|-------------|
| MKT3 | MKT3 | Postleitzahl | 13.01.2020 08:00:00 | 31.01.2020 20:00:00 | | 00:00 |

Eine erfolgreiche Einrichtung der Marketingcodes erscheint dann im Verkaufsvorgang folgendermaßen:

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Marketingmerkmale zuweisen

verfügbare Merkmale: (Pflichtauswahl hervorgehoben!)

Bitte nennen Sie uns Ihre Postleitzahl.

Postleitzahl

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?

Wie? Facebook
 Newsletter
 Twitter
 Zeitung

zugewiesene Merkmale

Wie? Freunde

Seit der INHOUSE-Version 2020.1 können auch Fragen mit einer freien Antwortmöglichkeit im Webshop

aktiviert werden.

Umfrage

Ihre Artikel sind **25 Minuten** für Sie reserviert.

Bitte beantworten Sie folgende Fragen. Fragen mit einem "*" müssen beantwortet werden.

Wie sind Sie auf diese Veranstaltung aufmerksam geworden? (*)

Bitte Antwort eingeben (maximal 30 Zeichen)

Aus welchem Postleitzahlenbereich kommen Sie? (*)

Bitte Antwort eingeben (maximal 30 Zeichen)

Hinweis

Falls Sie freie Antwortmöglichkeiten aktuell im Kartenverkauf verwenden, prüfen Sie bitte die Einrichtung, wenn Sie nicht möchten, dass diese Fragen im Webshop ebenfalls angezeigt werden.

3.6.3 Erfolgskontrolle

Sie haben die Möglichkeit, eine detaillierte Auswertung auf Basis der Auftragsmerkmale bzw. Marketingcodes vorzunehmen. So lässt sich beispielsweise analysieren, über welche Medien sich die meisten Kunden angesprochen fühlten.

Eine gewisse Unschärfe bei den Auswertungen lässt sich nicht vermeiden, die meisten Kunden nehmen möglicherweise unterschiedliche Kaufimpulse auf, bevor sie sich final für einen Kauf entscheiden, benennen aber in der Regel den letzten.

→ Marketing / Auswertungen / Auswertung Auftragsmerkmale

Auswertungen Auftragsmerkmale

Suchkriterien

Aufträge
 Von Datum: 00.00.0000, Bis Datum: 00.00.0000
 Produktion: Ein Sommernachtstraum (10)
 Veranstaltung:
 Gruppe:
 Stornierte Aufträge nicht berücksichtigen
 Auswertung: Verteilung je Produktion

CTS Eventim Solutions GmbH --- 28195 Bremen **CLASSICAL**

Auswertung Auftragsmerkmale je Produktion
 Veranstaltungsdatum von: 01.01.2019; Veranstaltungsdatum bis: 31.12.2019; Produktion: Ein Sommernachtstraum (10); Keine stornierten Aufträge

| Bezogen auf | Prozent Tickets | Anzahl Tickets | Prozent Aufträge | Anzahl Aufträge |
|-----------------------------------|-----------------|----------------|------------------|-----------------|
| Ein Sommernachtstraum (10) | | 133 | | 7 |
| Postleitzahl (MKT3) | | | | |
| 10625 (4) | 24,06% | 32 | 14,29% | 1 |
| 27283 (6) | 15,79% | 21 | 14,29% | 1 |
| 28195 (2) | 25,56% | 34 | 42,86% | 3 |
| 80796 (5) | 10,53% | 14 | 14,29% | 1 |
| E-37008 (3) | 24,06% | 32 | 14,29% | 1 |
| Wie? (MKT4) | | 133 | | 7 |
| Facebook (MKT03) | 72,93% | 97 | 57,14% | 4 |
| Freunde (MKT01) | 59,40% | 79 | 57,14% | 4 |
| Newsletter (MKT5) | 88,72% | 118 | 71,43% | 5 |
| Twitter (MKT04) | 64,66% | 86 | 57,14% | 4 |
| Zeitung (MKT02) | 59,40% | 79 | 57,14% | 4 |
| Gesamt | | 133 | | 7 |

3.7 Telemarketingaktionen

Über das Programm *Telemarketingaktionen bearbeiten* lassen sich Telemarketingaktionen steuern. Sie können dieses Programm z. B. nutzen, um Kunden über den Ausfall einer Veranstaltung zu informieren.

Der Telemarketing Client ist auch ohne INHOUSE-Zugang über das Internet aufrufbar. Der Zugang für Mitarbeiter im Homeoffice oder externe Callcenter ist leicht konfigurierbar über die IT-Administration.

Hinweis

Für die Nutzung des Telemarketing Clients ist eine Lizenzierung der Applikation *Marketing* erforderlich.

Ein entscheidender Vorteil des Telemarketing Clients besteht darin, dass die extern beauftragten

Mitarbeiter keinen Zugang zu einer INHOUSE-Installation benötigen und auch nur die Daten zu sehen bekommen, die für die Abarbeitung einer Telemarketingaktion unbedingt erforderlich sind. Diese Daten bezieht das Programm aus INHOUSE. Dort müssen die Telemarketingaktionen zunächst erfasst werden, damit der Telemarketing Client darauf zugreifen kann. Damit Sie das Programm einsetzen können, benötigen Sie

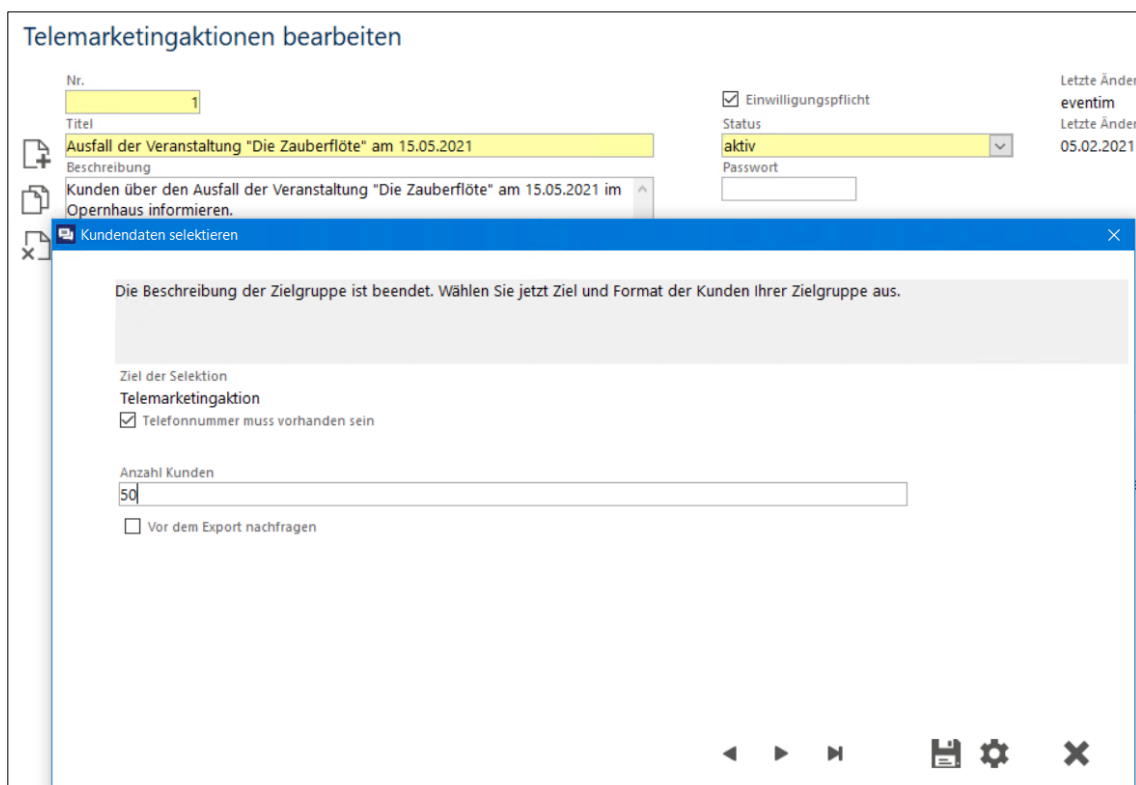
- eine Java-Laufzeitumgebung auf dem Client-Rechner sowie
- einen Internetzugang.

Aus technischen Gründen wird der Telemarketing Client bei Updates nicht automatisch zur Verfügung gestellt, sondern nur auf Anfrage.

3.7.1 Telemarketingaktionen einrichten

Telemarketingaktionen werden im Programm *Telemarketingaktionen bearbeiten* eingerichtet. Anschließend können Sie über das Icon *Kunden selektieren* gezielt Kunden für Telemarketingaktionen auswählen. Sofern Kunden ihre Einwilligung zum Telemarketing nicht erteilt haben, erhalten Sie einen entsprechenden Hinweis.

→ **Marketing / Kampagnen / Telemarketingaktionen bearbeiten**



| Ausgewählte Kunden | | | | | | | | |
|--------------------|---------|----------------|-------------------------|-----------------|------------|---------|---------|-----|
| Status | Hinweis | Privat / Firma | Einwilligung des Kunden | Nr Anrede | Zeile Name | Telefon | Sprache | |
| offen | | PRIVAT | JA | 1 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | NEIN | 2 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | JA | 3 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | NEIN | 4 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | NEIN | 6 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | NEIN | 7 Sehr geehrte | | | | GER |
| offen | | PRIVAT | NEIN | 12 Sehr geehrte | | | | GER |

3.7.2 Telemarketingaktionen durchführen

Über einen Browser-Link wird der Telemarketing Client aufgerufen. Nach erfolgter Anmeldung kann die gewünschte Telemarketingaktion direkt ausgewählt werden. Die Kunden, die der Telemarketingaktion zugeordnet sind, werden dann nacheinander zur Abarbeitung angezeigt.

Beispiel für eine Telemarketingaktion:

Telemarketing Client
— □ ×

Telemarketingaktion: Veranstaltungsausfall "Ein Sommernachtstraum" am 01.01.2022
Für diese Aktion ist die Einwilligung des Kunden erforderlich

Kunden über den Veranstaltungsausfall informieren.

Kundendaten

Frau Sprache: deutsch
Erika Mustermann
Telefon: 0421 123456
Mobiltelefon:

Hinweis:

Kundin nicht erreicht, bitte erneut versuchen.

Status: Hinweis beachten Einwilligung des Kunden: erteilt (14.11.2019)

Einwilligung widerrufen

Speichern & Nächster
Änderung zurücksetzen

Aktion schliessen

Den Mitarbeitern im Callcenter oder im Homeoffice wird jeweils der zu bearbeitende Kunde angezeigt. Nach Abarbeitung des Kunden wird nach Klicken auf die Schaltfläche *Speichern & Nächster* automatisch

der nächste Kunde angezeigt. Dies ermöglicht eine effiziente Bearbeitung der einzelnen Aktionen, da mehrere Mitarbeiter gleichzeitig an einer Telemarketingaktion arbeiten können. Die erfassten Hinweise finden sich in der entsprechenden Telemarketingaktion wieder.

→ **Marketing / Kampagnen / Telemarketingaktionen bearbeiten**

Telemarketingaktionen bearbeiten

Nr.

Titel **Veranstaltungsausfall "Ein Sommernachtstraum" am 01.01.2022**

Beschreibung
Kunden über den Veranstaltungsausfall informieren.

Einwilligungspflicht

Status

Passwort

Ausgewählte Kunden

| Status | Hinweis | Privat / Firma | Einwilligung des Kunden | Nr. Anrede | |
|--------|------------------|---|-------------------------|------------|----------------------------|
| | Hinweis beachten | Kundin nicht erreicht, bitte erneut versuchen | PRIVAT | JA | 1 Dear [REDACTED] |
| | erledigt | | PRIVAT | NEIN | 2 [REDACTED] |
| | in Arbeit | | PRIVAT | JA | 4 Sehr geehrte [REDACTED] |
| | erledigt | | PRIVAT | NEIN | 6 Sehr geehrte [REDACTED] |
| | erledigt | | PRIVAT | NEIN | 7 Sehr geehrter [REDACTED] |
| | offen | | PRIVAT | NEIN | 8 Sehr geehrte [REDACTED] |
| | offen | | PRIVAT | NEIN | 9 Sehr geehrte [REDACTED] |

3.8 Kundenkarte

Kundenkarten sind ein geeignetes Mittel zur Kundenbindung. Sie berechtigen den Karteninhaber, gezielt für eine einzelne oder mehrere Veranstaltungen im Rahmen eines Veranstaltungszeitraumes Eintrittskarten zu einem vergünstigten Preis zu erwerben.

Der Karteninhaber kann die Kundenkarte beim Ticketkauf an der Vorverkaufsstelle oder im INHOUSE-Webshop einsetzen.

Prüfung und Zahlung

Ihre Karten sind **15 Minuten** für Sie reserviert.

Versandadresse ✎

28195 Bremen
Deutschland

| | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|---------|---|-------------------------|---------|---|-------------------------|---------|---|--|
| <p>Gutscheine ⓘ</p> <table style="width: 100%;"><tr><td style="width: 60%;">Gutschein 825927</td><td style="width: 10%; text-align: right;">25,00 €</td><td style="width: 30%; text-align: right;">✎</td></tr><tr><td>Gutschein 826627</td><td style="text-align: right;">25,00 €</td><td style="text-align: right;">✎</td></tr><tr><td>Gutschein 824227</td><td style="text-align: right;">30,00 €</td><td style="text-align: right;">✎</td></tr></table> | Gutschein 825927 | 25,00 € | ✎ | Gutschein 826627 | 25,00 € | ✎ | Gutschein 824227 | 30,00 € | ✎ | <p>Kundenguthaben</p> <p>Ihr Kundenguthaben: 2.479,74 € ✎</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"><p>Kundenkarte/Aktionscode ⓘ</p><p style="font-size: small;">Kundenkarte/Aktionscode 1300013 ✎</p></div> |
| Gutschein 825927 | 25,00 € | ✎ | | | | | | | | |
| Gutschein 826627 | 25,00 € | ✎ | | | | | | | | |
| Gutschein 824227 | 30,00 € | ✎ | | | | | | | | |

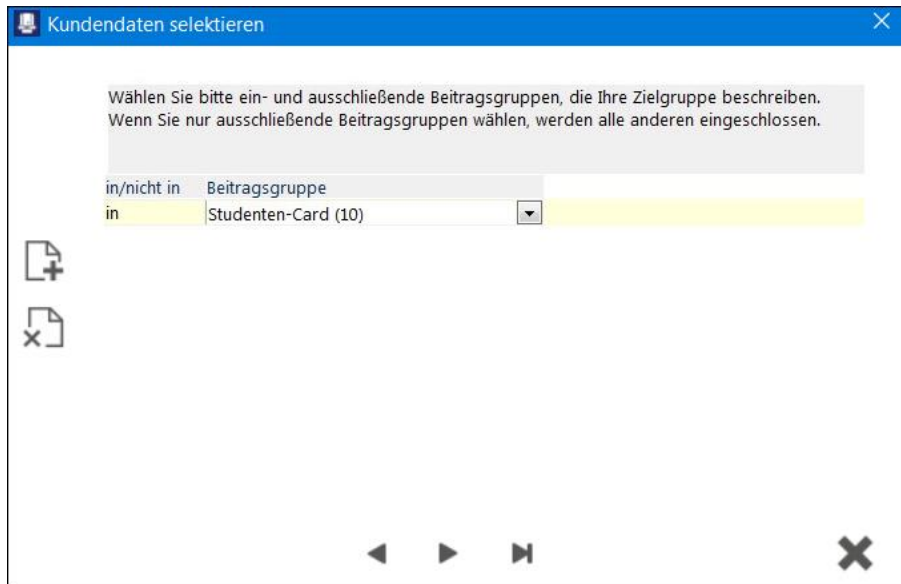

Kundenkarten können z. B. als Plastikkarten im Scheckkartenformat ausgegeben werden.

Hinweis

Bitte sprechen Sie uns vor dem Kauf eines solchen Druckers an. Wir geben gerne Auskunft über kompatible Modelle.

Auch über die Kundenkarte haben Sie die Möglichkeit, für die Durchführung zielgruppenspezifischer Aktionen eine Kundendatenselektion durchzuführen. So können Sie z. B. alle Inhaber einer von Ihnen ausgegebenen Studenten-Card per Kundendatenselektion für weitere Marketingaktivitäten auswählen. Nähere Informationen zur Kundendatenselektion finden Sie auch in Kap. 3.1.

→ **Marketing** / Stammdaten / Kundenverwaltung / Extras / Kundendaten selektieren...

Viele Theater bieten Studenten preisgünstige oder kostenlose Theaterbesuche an (z. B. bei Restplätzen kurz vor dem Veranstaltungstag). Sofern bereits entsprechende Adresdaten in Ihrem Haus vorhanden sind, ist eine Mailingaktion das geeignete Mittel, um Studenten über besondere Angebote zu informieren und diese dadurch langfristig an Ihr Theater zu binden.

3.9 Verkaufssteuerung mit Mengenkontingenten

Für die Durchführung von Werbeaktionen bietet sich der Einsatz von Mengenkontingenten an. Auf diese Weise können Sie festlegen, dass für ausgewählte Veranstaltungen nur eine bestimmte Kartenanzahl zu einem bestimmten Preis bereitgestellt wird. Zusätzlich lässt sich die Abgabemenge pro Kunde einschränken. Dafür stehen Ihnen in INHOUSE verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Eine Option besteht darin, den Verkauf von Karten direkt in der Veranstaltung mengenmäßig festzulegen.

Auf der Karteikarte *Verkaufsarten* kann eine maximal buchbare Anzahl von Karten pro Verkaufsart hinterlegt werden. In der Spalte *Maximal buchbar pro Kunde* kann festgelegt werden, wie viele Karten ein Kunde in der ausgewählten Veranstaltung maximal kaufen darf.

→ **Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Veranstaltungen / Veranstaltungen bearbeiten**

| Verkaufsart | Verkaufsarten Profil | Buchhaltungsdaten | Zugriffsfreigaben auf KV-Aufträge | Zutrittskontrolle | Platzgruppenbezeichnungen | Offizielle Kapazität | Veranstaltungsfreigabe | Passende Artikel | Serietermine | Interner Memotext | Externer M | Maximal buchbar | Maximal buchbar pro Kunde |
|-------------|----------------------|-------------------|-----------------------------------|-------------------|---------------------------|----------------------|------------------------|------------------|--------------|-------------------|------------|-----------------|---------------------------|
| Di | 30.04.2013 09:33 | | | | | | | | | | | | 4 |
| Mi | 30.10.2019 14:34 | | | | | | | | | | | | |
| Di | 21.03.2017 15:11 | | | | | | | | | | | | |
| Di | 30.04.2013 09:33 | | | | | | | | | | | | |
| Mi | 30.10.2019 14:34 | | | | | | | | | | | | |
| Fr | 16.08.2019 14:30 | | | | | | | | | | | | |
| Mo | 06.08.2018 13:10 | | | | | | | | | | | | |

Bei Überschreitung der maximal buchbaren Kartenmenge wird – je nach Einstellung im Kassiererprofil – eine entsprechende Hinweismeldung angezeigt.

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Zur Beachtung

Aufgrund der Mengenkontingentsbeschränkungen dürfen in der Veranstaltung 689 lediglich 4 Karten pro Kunde in der Verkaufsart Normal Price (1) gebucht werden.

OK

| Plgr | Frei | EUR |
|-------|------|-------|
| a (a) | 406 | 73,50 |
| b (b) | 404 | 60,00 |
| c (c) | 264 | 45,00 |
| d (d) | 181 | 39,00 |
| e (e) | 77 | 30,00 |
| f (f) | 129 | 21,00 |
| g (g) | 6 | 16,00 |

Die gleichen Spalten stehen Ihnen im Programm *Verkaufsarten bearbeiten (Systemverwaltung / Stammdaten)* zur Verfügung. Auf der Karteikarte *Veranstaltungen* kann hier bei Bedarf eine maximal buchbare Anzahl von Karten pro Veranstaltung und/oder ggf. pro Kunde hinterlegt werden.

Während des Buchungsvorgangs werden bei Warenkorb- oder Verkaufsartenänderungen ebenfalls entsprechende Hinweismeldungen ausgegeben. Die eingetragenen Werte werden auch beim Verkauf im INHOUSE-Webshop berücksichtigt.

Je nach Konfiguration kann über die Auswahlliste *Beachtung der Mengenbeschränkungen* für alle Kassiererprofile individuell eingestellt werden, ob Mengenbeschränkungen beachtet werden müssen oder nicht, oder ob eine Hinweismeldung angezeigt werden soll.

→ **Systemverwaltung** / *Berechtigungen* / *Kassiererprofile KV bearbeiten*

Folgende Optionen können ausgewählt werden:

| Option | Bedeutung |
|----------------|---|
| <i>Ja</i> | Diese Option ist per Voreinstellung aktiv. Der Kassierer muss die Mengenbeschränkungen beachten, andernfalls kann der Buchungsvorgang nicht abgeschlossen werden. |
| <i>Hinweis</i> | Der Kassierer erhält eine Hinweismeldung mit der Möglichkeit, die Beschränkung zu ignorieren (analog zum bisherigen Superuser-Verhalten). |
| <i>Nein</i> | Für den Kassierer haben die Mengenbeschränkungen keine Bedeutung, die Buchung wird wie bei nicht gesetzten Mengenbeschränkungen ausgeführt. |

Hinweis

Für Kassierer ohne INHOUSE-Oberfläche (TDL, Webshop etc.) hat die Option *Hinweis* dieselbe Auswirkung wie die Option *Ja*.

3.10 Promotions

Promotion- bzw. Aktionscodes berechtigen den Kunden zum Erwerb von Tickets zu einem in der Regel ermäßigten Preis. Die Kundeninformation über den jeweiligen Aktionscode kann z. B. über Printmedien wie Tageszeitungen, Plakate, Programmhefte oder über soziale Netzwerke erfolgen, auf diese Weise lassen sich auch Neukunden erreichen.

Aktionscodes können für bestimmte Zeiträume, bestimmte Produktionen oder einzelne Veranstaltungen gültig sein. Die maximal buchbare Anzahl Tickets können Sie frei definieren. Mit Hilfe von Ermäßigungsaktionen können Sie sowohl Bestandskunden als auch potenzielle Neukunden durch besondere Werbeaktionen zum Ticketkauf anregen und die Kundenbindung durch exklusiven Zugang zu vergünstigten Konditionen stärken.

Im Programm *Ermäßigungsaktionen bearbeiten* ist der Typ *Promotion-Codes (Liste)* auswählbar, mit dem Sie beliebig viele Aktionscodes generieren und exportieren können. Sie haben außerdem die Möglichkeit, Ihre eigenen Listen zu importieren. Damit lassen sich Aktionscodes flexibel handhaben und vielseitig einsetzen.

Die aktivierte Checkbox *Einmalige Ermäßigung* bewirkt, dass Aktionscodes nur einmal eingelöst werden können und dann ihre Gültigkeit verlieren. Auf diese Weise lassen sich kundenindividuelle Aktionscodes generieren, die ausschließlich von dem betreffenden Kunden eingelöst werden können.

3.10.1 Verkaufsart anlegen

Um eine Ermäßigungsaktion vom Typ *Promotion-Code* nutzen zu können, wird zunächst eine bestimmte passive Verkaufsart angelegt und den jeweiligen Veranstaltungen zugewiesen. Diese Verkaufsart wird dann im Buchungsprozess nicht aktiv zur Auswahl angeboten, sondern die zugehörigen Preise werden erst nach Eingabe des Aktionscodes ermittelt und im Warenkorb angepasst.

Beim Anlegen der Verkaufsart können Sie über die Checkbox *Maximal buchbar pro Kunde* eine Begrenzung für den Kartenkauf festlegen und so z. B. definieren, dass der Kunde maximal 4 Karten zum ermäßigten Preis erwerben darf. Zusätzlich müssen Sie die Checkbox *Kunde muss erfasst werden* aktivieren. Achten Sie darauf, dass Sie im Kassiererprofil die entsprechende Einstellung vornehmen, wenn Sie mit Mengenbeschränkungen arbeiten (siehe Kap. 3.9).

→ **Systemverwaltung / Stammdaten / Verkaufsarten bearbeiten**

Verkaufsarten bearbeiten

Nummer: 18 aktiv
 Bezeichnung: Promotion 20%
 Bezeichnung (Kundensicht): Promotion - Sie sparen 20%!
 Bereich: Kartenverkauf
 Anzeigesortierung: 0
 ZKS-Ermäßigungsart:
 Verfügbarkeit: **passiv**
 Art: Normale Karte (0)

Vorbelegung Kartenlayout:
 Vorbelegung Druckerklasse:
 Kategorie:
 Freie Bepreisung im KV:
 Vorbelegung Connect-Online Ticketdaten:
 Vorbelegung Mengenkontingente:
 Maximal buchbar:
Maximal buchbar pro Kunde: 4
 Kein Veranstaltungsmailing:

Vorbelegung Wochentagsermäßigung:
 Montags gültig
 Dienstags gültig
 Mittwochs gültig
 Donnerstags gültig
 Freitags gültig
 Samstags gültig
 Sonntags gültig

Vorbelegung Erfassungspflicht:
 Besucher muss erfasst werden
 Kunde muss erfasst werden

Vorbelegung Gruppenverkaufsart:
 Ticketanzahl von:
 Ticketanzahl bis:
 Gruppenkarte möglich

Vorbelegung Gültigkeitsbeginn:
 Gültigkeitsbeginn berechnen
Gültigkeitsdatum:
 Tag der Zuweisung
 Relativ zum Veranstaltungsdatum

Gültigkeitsuhrzeit:
 Uhrzeit
 Stunden/Minuten vor Veranstaltung
 Uhrzeit: 00:00

Varianz:
 Keine
 Relativ zum Gültigkeitsdatum
 Relativ zum Gültigkeitsmonat

<
 Kartenverkauf-Kassiererprofile | Saisonkarten-Kassiererprofile | Saisonkarten-Verkaufsartenprofile | **Veranstaltungen** | Packages | Serien | Artikel | Passende Zusatzleistungen

| Titel | Nummer | WT | Datum | Uhrzeit | Spielstätte | Veranstalter | Preiskategorie | Nutzbar | Drucklayout | Druckerklasse |
|-----------------|--------|----|------------|---------|--------------------|----------------------------|----------------|-------------------------------------|---------------|---------------|
| Die Zauberflöte | 689 | Sa | 10.10.2020 | 20:00 | Großes Theater (7) | Anja (Dokumentation) (788) | Normal (1) | <input checked="" type="checkbox"/> | DE_Ticketdire | |

Wählen Sie bei *Verfügbarkeit* den Eintrag „passiv“ aus. Wenn der Aktionscode nur für bestimmte Veranstaltungen einlösbar sein soll, können Sie diese auf der Karteikarte *Veranstaltungen* zuweisen. Alternativ können Sie die Verkaufsarten auch im Programm *Veranstaltungen bearbeiten (Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Veranstaltungen)* zuweisen.

3.10.2 Konstanten bearbeiten

Öffnen Sie das Programm *Konstanten bearbeiten* und wählen Sie im Feld *Vorbelegung zur Nutzung von Kundenkarten* für Ermäßigungen den Eintrag *auswählbar* oder *vorausgewählt* aus. Bei Nutzung der Kundenkarte sollten Sie den Eintrag *auswählbar* einstellen. Falls Sie nur den Promotion-Code nutzen, können Sie *vorausgewählt* einstellen, damit im Kartenverkauf standardmäßig *Promotion-Code* erscheint.

→ **Kartenverkauf Basis** / Stammdaten / Konstanten bearbeiten

Konstanten bearbeiten

Suchmuster für KLV-Einzahlungen

Modus

Kundennummer

Rechnungsnummer

MwSt.-Ermittlung

MwSt.-Satz Provision

Sammeldebitor-Kunde

Vorgabewert der Auftragsbestätigungsart

Dokumentdesign per Layouteditor

Allgemeine Steuerungsparameter

Warnhinweis bei Doppelbestellungen, wenn gleich ist

Ersatzdruckprotokollierung bei Versandrechnungen

Konfiguration Connect-Online

Hinterlegung Vorverkaufsgebühr

Hinterlegung Veranstalter-Refundierung

Übergabe der Preisanteile

Nutzung Verkaufgruppen

Auftragscode für Reservierungsabholung

Preisanteil für die Vorverkaufsgebühr

Preisanteil für die Veranstalter-Refundierung

Preisanteil für die Storno-Systemgebühr

Vorbelegung zur Nutzung von Kundenkarten für Ermäßigungen

vorausgewählt

Pr nicht vorhanden

3.10.3 Ermäßigungsaktion einrichten

Eine Ermäßigungsaktion wird im Programm *Ermäßigungsaktionen bearbeiten* eingerichtet. Hier legen Sie u. a. Regeln und Gültigkeit für eine Ermäßigungsaktion fest. Für den Aktionscode benötigen Sie eine Ermäßigungsaktion des Typs *Promotion-Code* bzw. *Promotion-Codes (Liste)*, wenn Sie mehrere Aktionscodes auf einmal erzeugen möchten.

→ **Systemverwaltung** / Stammdaten / Ermäßigungsaktionen bearbeiten

Ermäßigungsaktionen bearbeiten

Priorität

Typ

Bezeichnung

Aktionscode

Verkaufsart

Benutzergruppe

Gültigkeitszeitraum

Von Bis

Regel für die Kartenanzahl

Kartenanzahl

Veranstaltung

Produktion

Veranstaltungszeitraum

Von Bis

Connect Online

Der Aktionscode, den der Kunde an der Kasse vorzeigt bzw. nennt oder im INHOUSE-Webshop einlöst, kann frei vergeben werden und alphanumerisch sein.

Sie können zwischen folgenden Regeln für die Kartenanzahl wählen:

- Genau in einer Veranstaltung
- Gesamt in einer Produktion
- Pro Veranstaltung einer Produktion
- Pro Veranstaltung in einem Veranstaltungszeitraum
- Gesamt in einem Veranstaltungszeitraum
- Pro Produktion in einem Veranstaltungszeitraum

Für den Verkauf der ermäßigten Karten über das EVENTIM-Vertriebsnetz muss die Checkbox *Connect Online* aktiviert sein.

Hinweis

Für den Verkauf über eventim.de ist für die übergebenen Promotions zusätzlich noch eine manuelle Freigabe von EVENTIM erforderlich. Diese stimmen Sie bitte nach Einrichtung der Ermäßigungsaktion in INHOUSE kurz per E-Mail mit onlineticketing@eventim.de unter Nennung der Veranstaltungsinformationen ab.

Nutzen Sie den Typ *Promotion-Codes (Liste)*, um beliebig viele Aktionscodes zu generieren:

→ **Systemverwaltung** / *Stammdaten* / *Ermäßigungsaktionen bearbeiten*

Ermäßigungsaktionen bearbeiten

Priorität **1** Aktiv Nummer **41** Regel für die Kartenanzahl **Gesamt in einem Veranstaltungszeitraum**

Typ **Promotion-Codes (Liste)** Kartenanzahl **500**

Bezeichnung **individuelle Aktionscodes** Veranstaltung

Produktion

Verkaufsart **Promotion 25% (19)** Veranstaltungszeitraum







Benutzergruppe Von **23.01.2020 00:00** Bis **31.05.2020 00:00**

Connect Online Einmalige Ermäßigung

Gültigkeitszeitraum

Von Bis

Aktionscodes

| Aktionscode | Geändert durch | Änderungsdatum | Benutzergruppe |
|---|----------------|----------------|----------------|
|  | | | |
|  | | | |
|  | | | |
|  | | | |
|  | | | |
|  | | | |

Aktionscodes generieren

Die Länge und Zusammensetzung der Aktionscodes können Sie selbst bestimmen und z. B auch ein Präfix festlegen, das bei jedem Aktionscode vorangestellt werden soll.

Aktionscodes generieren

Anzahl Codes
50

Länge (max. 30)
15

Enthaltene Zeichen

- Ziffern
- Großbuchstaben
- Kleinbuchstaben

Präfix
2021-

Formatvorlage (Jedes ? wird durch ein Zeichen ersetzt)
2021-?????????

✓ ✕

Hinweis

Der Aktionscode-Generator unterstützt Codes mit einer Länge von maximal 30 Zeichen. In SALES (Programm der Vorverkaufsstellen im EVENTIM-Netzwerk) können jedoch nur Codes mit einer Länge von maximal 20 Zeichen eingelöst werden.

Das Ergebnis können Sie anschließend zur weiteren Bearbeitung als TXT- oder CSV-Datei exportieren.

| Aktionscodes | | | | |
|---|-----------------|----------------|---------------------|----------------------------|
| | Aktionscode | Geändert durch | Änderungsdatum | Benutzergruppe |
| | 2021-MwWSwTNwoD | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-dFtuE8M1RY | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-U18igxCUHR | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-6906CjMPQ4 | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-ArrCQW5c2c | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-A9mNowdtri | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-dEqS9wzrbA | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-N00Z95cUno | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-0DjT5FBqYV | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-ZmXTUyH5u9 | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-nU9GFCrERJ | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
|  | 2021-z5D4SNa9vQ | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |
| | 2021-7m6ZmTbhU5 | eventim | 05.02.2021 15:51:14 | Anja (Dokumentation) (788) |

Hinweise

Aktionscodes können maximal 30 Zeichen lang sein. Bei der Generierung von Aktionscodes aus Buchstaben wird der besseren Lesbarkeit halber auf den Großbuchstaben „I“ und den Kleinbuchstaben „i“ sowie auf Sonderzeichen verzichtet. Ein Präfix sollte nicht länger als ein Drittel des Codes sein.

Je nach vorgegebener Kombination aus Länge und Präfix wird eine Formatvorlage angezeigt. Jedes „?“ entspricht dabei einem Zeichen.

Bei händischer Eingabe der Codes bzw. Import einer Datei dürfen keine Sonderzeichen verwendet werden.

Die individuellen Aktionscodes können sowohl im Kartenverkauf als auch im INHOUSE-Webshop eingelöst werden.

3.10.4 Preise für die Ermäßigungsaktion festlegen

Die in Verbindung mit der Ermäßigungsaktion geplanten Preise werden wie gewohnt im Preisgefüge hinterlegt. Prüfen Sie die Preiskategorie, für die die ermäßigten Preise angelegt werden sollen.

Wählen Sie die gewünschte Kombination aus und führen Sie die Suche durch. Im unteren Bereich werden Ihnen die Ergebnisse angezeigt.

→ **Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Preise / Preisgefüge bearbeiten / Extras / Viele kopieren...**

Preisgefüge bearbeiten: Viele kopieren

Suchkriterien

Viele Kopieren von
 Währung: EUR | Preiskategorie: Normal (1) | Verkaufsart: Normalpreis (1)

nach
 Währung: EUR | Preiskategorie: Normal (1) | Verkaufsart: Promotion 20% (18)

Anpassung der Preisanteile

| | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|--------------|-------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Grundpreis: | Methode: prozentual ändern um (%) | Wert: -20,00 | Mindestwert: 0,00 | Höchstwert: 10.000,00 | Glättung auf: nicht glätten |
| VVK-Gebühr: | übernehmen | | | | |
| Systemgebühr: | übernehmen | | | | |
| Garderobe: | übernehmen | | | | |
| ÖPNV: | übernehmen | | | | |
| Catering: | übernehmen | | | | |
| Stadiongroschen: | übernehmen | | | | |
| Montagsgebühr: | übernehmen | | | | |
| VVK TDL: | übernehmen | | | | |
| Storno-Systemgebüh: | übernehmen | | | | |

| vorhanden | Währung | Preiskategorie | Verkaufsart | Platzgruppe | Verkaufspreis | Grundpreis |
|--------------------------|---------|----------------|-----------------|--------------------|---------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 1 (a) | 103,00 | 100,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 10 (j) | 43,00 | 40,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 11 (k) | 38,00 | 35,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 12 (l) | 33,00 | 30,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 13 (m) | 28,00 | 25,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 2 (b) | 88,00 | 85,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 3 (c) | 73,00 | 70,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 4 (d) | 68,00 | 65,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 5 (e) | 53,00 | 50,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 6 (f) | 43,00 | 40,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 7 (g) | 38,00 | 35,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 8 (h) | 33,00 | 30,00 |
| <input type="checkbox"/> | EUR | Normal (1) | Normalpreis (1) | Platzgruppe 9 (i) | 48,00 | 45,00 |

Markieren und verarbeiten Sie nun die gewünschten Datensätze, um die ermäßigten Preise zu erhalten.

→ **Kartenverkauf Basis** / Verkaufsstammdaten / Preise / Preisgefüge bearbeiten

Preisgefüge bearbeiten

| Währung | Preiskategorie | Verkaufsart | Version | Preisberechnung |
|---------|----------------|--------------------|---------|-----------------|
| EUR | Normal (1) | Promotion 20% (18) | | 2 Preis 1+2+3+8 |

| Preisanteile | Platzgruppe | Grundpreis | VVK-Gebühr | Systemgebühr |
|--------------|-------------------|------------|------------|--------------|
| | Platzgruppe 1 (a) | 80,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 2 (b) | 68,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 3 (c) | 56,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 4 (d) | 52,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 5 (e) | 40,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 6 (f) | 32,00 | 2,00 | 1,00 |
| | Platzgruppe 7 (g) | 28,00 | 2,00 | 1,00 |

3.10.5 Aktionscode im Kartenverkauf nutzen

Für die ausgewählten Veranstaltungen kann der Benutzer in der Platzbuchung den Aktionscode nutzen. Wählen Sie die gewünschten Plätze im Saalplan aus und weisen Sie den Kunden zu.

Klicken Sie auf die Schaltfläche *ändern* und markieren Sie die zu ermäßigenden Plätze

Aktionscodes können über die Drop-down-Liste *Ermäßigungen* zugewiesen oder aus der Auswahlbox ausgewählt werden. Dies erleichtert Ihrem Kassenpersonal den Bezahlvorgang erheblich, da die fehleranfällige manuelle Eingabe des Aktionscodes entfällt. Eine Ausnahme stellen Aktionscodes des Typs *Promotion-Codes (Liste)* dar: diese müssen auf der Ändern-Ebene manuell eingegeben werden. Eine Auswahl per Drop-down-Liste ist hier nicht möglich, da die Liste u. U. sehr lang ist. Der Kunde muss also seinen Aktionscode an der Kasse nennen bzw. einen entsprechenden Ausdruck vorlegen.

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Kartenverkauf - 788 / eventim - [Barverkauf: Ändern]

Arbeitsprofil Bearbeiten Aufträge Auswahl Extras Fenster Hilfe

Barverkauf: Ändern

Veranst.-Suche Auftrag 4277 Plätze 2 Betrag 120,00 EUR Kunde [REDACTED] (1)

F 689 Sa 10.10.2020 20:00 1.469 Die Zauberflöte Großes Theater

Plätze Gutscheine Artikel

| Tag | Datum | Uhrzeit | Block | Reihe | Platz | Plgr | Vka | Verkaufsart | Preis | Status | Titel | Bemerkung |
|-----|------------|---------|-------|-------|-------|------|-----|--------------|-----------|--------|-----------------|-----------|
| Sa | 10.10.2020 | 20:00 | PMR | 7 | 181 | b | 1 | Normal Price | 60,00 EUR | N | Die Zauberflöte | |
| Sa | 10.10.2020 | 20:00 | PMR | 7 | 182 | b | 1 | Normal Price | 60,00 EUR | N | Die Zauberflöte | |

Verkaufsarten: 1 Normal Price, 25 Normalpreis Gruppe, 7 Studenti, 5 Package Price, 50 Package Discount

Buchungsstrecke: [REDACTED]

Passive Verkaufsart: [REDACTED]

Stornieren, Alle markieren, Platzstatistik, Preise ändern

Ermäßigungen: Promotion2020 (788) Promotion - Sparen Sie 20%! (32)

zuweisen

Wählen Sie den gewünschten Aktionscode aus, aktivieren Sie die Checkbox *als Ermäßigung* und klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche *zuweisen*, um die markierten Plätze zu ermäßigen.

Ermäßigungen

Promotion2020 (788) Promotion 20%! (32)

als Ermäßigung

als Ticketmedium

zuweisen

Bei der Zuweisung eines Aktionscodes wird geprüft, ob noch ermäßigte Karten verfügbar sind und ggf. eine Meldung ausgegeben.

Alternativ lässt sich der Aktionscode über eine Auswahlbox zuweisen. Diese öffnet sich beim Doppelklick in das Feld *Ermäßigungen* und zeigt alle für diese Veranstaltung verfügbaren Aktionscodes an.

Barverkauf: Ändern

Veranst.-Suche Auftrag 4277 Plätze 2 Betrag 86,00 EUR Kunde (1)

F 689 Sa 10.10.2020 20:00 1.469 Die Zauberflöte Großes Theater

Plätze Gutscheine Artikel

| Tag | Datum | Uhrzeit | Block | Reihe | Platz | Plgr | Vka | Verkaufsart | Preis | Status | Titel | Bemerkung |
|-----|------------|---------|-------|-------|-------|------|-----|---------------|-----------|--------|-----------------|-----------|
| Sa | 10.10.2020 | 20:00 | PMR | 7 | 181 | b | 18 | Promotion 20% | 43,00 EUR | N | Die Zauberflöte | |
| Sa | 10.10.2020 | 20:00 | PMR | 7 | 182 | b | 18 | Promotion 20% | 43,00 EUR | N | Die Zauberflöte | |

Datensatz auswählen

Suchkriterien

| Typ | Bezeichnung | Aktionscode | Verkaufsart | Br |
|----------------|-----------------------------|---------------|---------------------------------|----|
| Promotion-Code | Promotion - Sparen Sie 20%! | Promotion2020 | Promotion 20% (18) | |
| Promotion-Code | Alle Tickets für 10 EUR! | Rabatt10 | Promotion-Code (Aktionscode) (! | |
| Promotion-Code | Aktionspreise | Sommer2018 | Promotion-Code (Aktionscode) (! | |

1 Normal Pric
25 Normalprei
7 Studenti
5 Package Pri
50 Package Dis

Sobald ein Aktionscode zugewiesen wird, werden alle Plätze automatisch markiert – sofern nicht einzelne Plätze vorab markiert wurden – und wenn möglich ermäßigt. Dies ist besonders praktisch, wenn eine Ermäßigung auf alle gebuchten Plätze angewendet werden soll. Falls nicht alle Plätze ermäßigt werden können, werden die Plätze der Reihe nach ermäßigt. Dabei beginnt das System immer mit dem ersten Platz im Auftrag.

Ist eine Einlösung des Aktionscodes nicht möglich, wird eine entsprechende Hinweismeldung ausgegeben.

Es ist möglich, denselben Aktionscode für unterschiedliche Ermäßigungsaktionen zu nutzen.

Dabei gilt Folgendes: Bei verschiedenen Prioritäten wird die Ermäßigungsaktion mit der höchsten Priorität (1) berücksichtigt. Haben mehrere Ermäßigungsaktionen die gleiche Priorität, so werden zunächst die Aktionscodes der zuerst angelegten Ermäßigungsaktion verbraucht.

→ **Systemverwaltung** / *Stammdaten* / *Ermäßigungsaktionen bearbeiten*

| Ermäßigungsaktionen bearbeiten | | | | | | |
|--------------------------------|----------------|-------------------------------------|------------------------------------|----------------|---------------|--------------------|
| Suchkriterien | | | | | | |
| Priorität | Typ | Aktiv | Bezeichnung | Beitragsgruppe | Aktionscode | Verkaufsart |
| | Promotion-Code | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 2 | Promotion-Code | <input checked="" type="checkbox"/> | Promotion - Sie sparen 20%! | | Promotion2020 | Promotion 20% (18) |
| 1 | Promotion-Code | <input checked="" type="checkbox"/> | Promotion Family - Sie sparen 25%! | | Promotion2020 | Promotion 25% (19) |

Im Kartenverkauf stehen nur aktive Ermäßigungsaktionen zur Auswahl.

Im Programm *Ermäßigungsaktionen bearbeiten* lassen sich mithilfe des Kennzeichens *Aktiv* nicht mehr gültige Ermäßigungsaktionen deaktivieren. Die Suche kann dann gezielt nach aktiven Datensätzen erfolgen. Ermäßigungsaktionen können nur gelöscht werden, wenn für diese noch keine Karten reserviert oder verkauft wurden.

Hinweis

Soll in einem Verkaufsvorgang die Einlösung mehrerer verschiedener Ermäßigungsaktionen möglich sein, so müssen Sie für diese Ermäßigungsaktionen unterschiedliche Aktionscodes vergeben.

Versucht der Benutzer, mehr als die erlaubten Plätze zu ermäßigen, wird bei entsprechender Einstellung im Kassiererprofil eine Meldung ausgegeben (siehe Kap. 3.9).

Die verwendeten Aktionscodes können im Programm *Informationen zu Kundenkarten und Ermäßigungen* (**Kartenverkauf** / *Platzbuchung* / *Ticketverkauf* / *Extras*) eingesehen werden.

3.10.6 Aktionscode im INHOUSE-Webshop nutzen

Im INHOUSE-Webshop kann der Aktionscode ebenfalls genutzt werden. Hierzu muss die Nutzung von Kundenkartenermäßigungen im Admin-Tool (*Seiteneinstellungen* / *Bezahlseite*) aktiviert sein.

Prüfung und Zahlung

Ihre Artikel sind **12 Minuten** für Sie reserviert.

Versandadresse ✎

██████████
28195 Bremen
Deutschland

| | |
|--|---|
| <p>Gutscheine ⓘ</p> <p>Gutschein 825927 25,00 € ⇄</p> <p>Gutschein 826627 25,00 € ⇄</p> <p>Gutschein 824227 30,00 € ⇄</p> | <p>Kundenguthaben</p> <p>Ihr Kundenguthaben: 2.479,74 € ⇄</p> <p>Kundenkarte/Aktionscode ⓘ</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <p>Kundenkarte/Aktionscode Promotion2020</p> </div> <p style="text-align: right;">⇄</p> |
|--|---|

Nachdem der Kunde den Aktionscode eingegeben und eingelöst hat, wird die Ermäßigung durchgeführt.

Ihre Karten sind **14 Minuten** für Sie reserviert.

Versandadresse ✎

██████████
28195 Bremen
Deutschland

| | |
|---|---|
| <p>Gutscheine ⓘ</p> <p>Gutschein 825927 25,00 € ⇄</p> <p>Gutschein 826627 25,00 € ⇄</p> <p>Gutschein 824227 30,00 € ⇄</p> <p>Präsentgutschein 2437 30,00 € ⇄</p> | <p>Kundenguthaben</p> <p>Ihr Kundenguthaben: 2.479,74 € ⇄</p> <p>Kundenkarte/Aktionscode ⓘ</p> <p>✓ Kundenkarte/Aktionscode Promotion2020 auf 2 von 2 Plätzen eingelöst</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <p>Kundenkarte/Aktionscode</p> </div> <p style="text-align: right;">⇄</p> |
|---|---|

Bei Eingabe eines falschen oder ungültigen Aktionscodes erhält der Kunde eine Fehlermeldung und hat anschließend die Möglichkeit, seine Eingabe zu korrigieren. Bei eingestellter Mengenbeschränkung erhält der Kunde ebenfalls eine Meldung, wenn er die maximale Anzahl überschreitet. Weisen Sie Ihre Kunden am besten schon in Ihrer Kundeninformation auf die zulässige Ticketanzahl hin.

3.10.7 Erfolgskontrolle

Das Programm *Auswertung Ermäßigungsaktionen* liefert detaillierte Informationen über die in Ihrem INHOUSE-System eingerichteten Ermäßigungsaktionen.

→ **Kartenverkauf Basis / Abrechnungen / Auswertung Ermäßigungsaktionen**

Auswertung Ermäßigungsaktionen

Suchkriterien

Ermäßigungsaktion:

Ermäßigte Verkaufsart: Promotion 25% (19)

Benutzergruppe: Anja (Dokumentation) (788)

Verkaufszeitraum: 00.00.0000 00:00:00 Bis 00.00.0000 00:00:00

Veranstaltungszeitraum: 00.00.0000 00:00:00 Bis 00.00.0000 00:00:00

Veranstalter:

Produktion: María de Buenos Aires (31)

Veranstaltung:

Storno-Auswertung: Nur Verkäufe Verkäufe und Stornierungen Nur Stornierungen

Anzeige im Report: Details Nur Summen Nur Summen pro Erm.-Aktion

Benutzer:

| Kennung | Name | Benutzergruppe |
|----------|-----------------|----------------------------|
| 00 | Test00 | Anja (Dokumentation) (788) |
| anja | anja | Anja (Dokumentation) (788) |
| aushilfe | Aushilfe | Anja (Dokumentation) (788) |
| eventim | eventim | Anja (Dokumentation) (788) |
| mail788 | Mailservice 788 | Anja (Dokumentation) (788) |
| Student | Mustermann | Anja (Dokumentation) (788) |
| tdlde | tdlde | Anja (Dokumentation) (788) |

Vergleichsverkaufsart (aktuelle Preise): Normal (1)

| Bezeichnung | Nummer | Art | Ermäßigungs-Verkaufsart | Kartenzahl | Aktionscode | aktuell | Ausweis ID / Aktionscode bei Kauf | Preis | Währung | Vergleichs | Preisdifferenz | Auftragsnummer |
|----------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|------------|---------------|---------|-----------------------------------|-------|---------|------------|----------------|----------------|
| Individuelle Aktionscodes | 41 | Promotion-Codes (Liste) | Promotion 25% (19) | 500 | | | Doku8mpu16 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 2371 |
| Individuelle Aktionscodes | 41 | Promotion-Codes (Liste) | Promotion 25% (19) | 500 | | | Doku8mpu16 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 2371 |
| Individuelle Aktionscodes | 41 | Promotion-Codes (Liste) | Promotion 25% (19) | 500 | | | Doku8mpu16 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 2371 |
| Individuelle Aktionscodes | 41 | Promotion-Codes (Liste) | Promotion 25% (19) | 500 | | | Doku8mpu16 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 2371 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Promotion2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1918 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Promotion2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1936 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Family2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1916 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Family2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1916 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Family2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1916 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Family2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1916 |
| Promotion Family - 25% Err | 34 | Promotion-Code | Promotion 25% (19) | 200 | Promotion2020 | | Family2020 | 36,00 | EUR | 58,00 | -22,00 | 1916 |

Die Auswertung bietet Ihnen vielfältige Auswertungsmöglichkeiten. Sie können verschiedene Filterkriterien einstellen, um bestimmte Ergebnisse zu erhalten. Neben den in der Abbildung gezeigten Spalten liefert Ihnen die Auswertung weitere Informationen wie z. B. Produktion, Veranstalter, Spielstätte, Verkaufsdatum etc.

Sie können außerdem eine Vergleichsverkaufsart eingeben, um die Differenz zwischen Normalpreis und ermäßigtem Preis zu ermitteln. Bei sehr vielen Produktionen bietet es sich an, die Anzeige auf *Nur Summen* bzw. *Nur Summen pro Erm. Aktion* einzuschränken. Für Detailinformationen können Sie im Kopfbereich die Suche auf die gewünschte Produktion bzw. Veranstaltung einschränken.

Bei der Seitenansicht können Sie z. B. eine detaillierte Auflistung aller ermäßigten Plätze einer bestimmten Produktion aufrufen. Aus der Seitenansicht heraus können Sie die Auswertung bei Bedarf per E-Mail versenden, dabei wird der Anhang automatisch als PDF versendet.

3.11 Verkauf von Zusatzleistungen

Einige Häuser bieten ihren Kunden zusätzlich zu den Eintrittskarten weitere Optionen an, z. B. ein Menü, das vor, während oder nach der Veranstaltung serviert wird. Diese Zusatzleistungen können direkt während des Buchungsvorgangs im Kartenverkauf und im Webshop mitgebucht werden.

Auf diese Weise kann der Kunde bequem ein „Gesamtpaket“ erwerben und muss sich während seines Aufenthalts um nichts mehr kümmern. So lässt sich der Veranstaltungsbesuch z. B. mit einem Abendessen verbinden – mit unterschiedlichen Menüs pro Besucher – und das Event als Gesamterlebnis genießen.

→ **Kartenverkauf / Platzbuchung / Ticketverkauf**

Barverkauf: Ändern

Veranst.-Suche Auftrag 2361 Plätze 6 Betrag 406,00 EUR Kunde (1) reservieren bezahlen Quittung

F 1025 Sa 04.04.2020 20:00 1.842 Maria de Buenos Aires El Teatro Sitzplan ändern drucken

Plätze Gutscheine Artikel

| Tag | Datum | Uhrzeit | Block | Reihe | Platz | Plgr | Vka | Verkaufsart | Preis | Status | Titel | Bemerkung |
|-----|------------|---------|-------|-------|-------|------|-----|-----------------|-----------|--------|-----------------------|-----------|
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 25 | a | 754 | Normal & Menü 1 | 70,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 26 | a | 754 | Normal & Menü 1 | 70,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 27 | a | 756 | Normal & Menü 3 | 75,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 28 | a | 756 | Normal & Menü 3 | 75,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 29 | a | 1 | Normal | 58,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |
| Sa | 04.04.2020 | 20:00 | PMR | 1 | 30 | a | 1 | Normal | 58,00 EUR | N | Maria de Buenos Aires | |

Verkaufsarten

| Buchungsstrecke | Passive Verkaufsart |
|-----------------|-------------------------------|
| Show & Dine | 755 Normal & Menü 2 "Rind" |
| Show & Dine | 756 Normal & Menü 3 "Geflüge" |
| Show & Dine | 757 Normal & Menü 4 "Fisch" |
| Show & Dine | 754 Normal & Menü 1 "Vegeta" |

Stornieren
Alle markieren
Platzstatistik
Preise ändern

Ermäßigungen
 als Ermäßigung
 als Ticketmedium
zuweisen

Die Möglichkeit, den Kartenverkauf mit der Buchung eines Menüs zu verbinden, findet sich vor allem bei Dinner-Theatern, Varietés oder Zirkussen. Denkbar wäre aber auch, diese Funktionalität für das Gastronomieangebot von Theatern, Opern- und Konzerthäusern in den Pausen zu nutzen.

Eine ausführliche Beschreibung dieser Funktionalität finden Sie in unserer Webshop-Dokumentation, verfügbar auf www.eventim-inhouse.de.

3.12 Upselling – Empfehlungen im Warenkorb

Im Warenkorb können Sie Ihren Kunden passende Artikel empfehlen. Hierzu müssen die Artikel der ausgewählten Veranstaltung zugewiesen werden. Dies kann entweder im Programm *Veranstaltungen bearbeiten* (**Kartenverkauf Basis / Verkaufsstammdaten / Veranstaltungen**) oder *Artikel bearbeiten* (**Artikelverwaltung / Stammdaten**) erfolgen.

Hinweis

Falls diese Veranstaltungen nicht in der Veranstaltungsliste angezeigt werden sollen, können Sie dafür eine eigene Sparte anlegen und diese in der Veranstaltungsliste ausblenden. Legen Sie hierzu im Programm *Sparten bearbeiten (Systemverwaltung / Basisdaten)* eine eigene Sparte für die betreffenden Veranstaltungen an und tragen Sie diese im Admin-Tool ein (*Seiteneinstellungen / Veranstaltungsliste*). Sollen mehrere Sparten ausgeblendet werden, tragen Sie die Spartennummern kommasepariert ein.

3.13 Connect Online

Über die Connect Online-Schnittstelle von EVENTIM können Sie Ihre Ticketbestände aus INHOUSE direkt, d. h. zeitgleich und ohne Kontingentierung in den Netzvertriebssystemen von EVENTIM verkaufen.

Hinweis

Die Nutzung von Connect Online erfordert eine separate Lizenzierung und einen zusätzlichen Veranstaltervertrag mit der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA.

Diese Integration in die Ticketingwelt von EVENTIM erlaubt Ihnen neben der Nutzung Ihrer hauseigenen Vertriebswege wie Kasse und Webshop auch die zusätzliche, profitable Nutzung der etablierten Vertriebskanäle von EVENTIM. Außerdem können Sie von potenten Kooperationen wie TUI und ADAC profitieren. Europaweit können Sie bis zu 20.000 Vorverkaufsstellen ansteuern. Außerdem stehen Ihnen im Internet die Webshops von Europas führenden Ticketing-Portalen aus dem Hause EVENTIM zur Verfügung, unter anderem:

- www.eventim.de
- www.ticketonline.de
- www.getgo.de

Auf Wunsch ist es auch möglich, grenzüberschreitend Tickets zu verkaufen, z. B. über diese EVENTIM-Websites im Ausland:

- www.oeticket.at
- www.ticketcorner.ch
- www.ticketone.it
- www.eventim.nl
- www.lippu.fi
- www.entradas.com
- www.eventim.co.uk

Hinweis

In der Regel wird der Verkauf in Ihrem Land freigeschaltet. Bitte stimmen Sie Freischaltungen für andere Länder über den Vertrieb mit uns ab. Grenzüberschreitende Verkäufe machen in der Regel bei Nachbarländern Sinn (z. B. Verkauf in den Grenzgebieten Niederlande/Deutschland, Österreich/Deutschland etc.).

Das EVENTIM-Callcenter mit seinen langen Öffnungszeiten (Mo. – Fr. 8 – 22 Uhr, Sa. & So. 8 – 20 Uhr) rundet das Angebot ab. Über Connect Online können Einzel- und Saisonkarten verkauft werden.

Hinweis

Das Angebot des Saisonkartenverkaufs ist nur für bestimmte Märkte verfügbar. Bitte klären Sie mit unserem Vertrieb, ob dieses Angebot auch in Ihrem Markt verfügbar ist.

3.13.1 Verkauf über die EVENTIM-Portale

Ihre Webkunden haben die Möglichkeit, Tickets (Einzel- und Saisonkarten) aus Ihrem über Connect Online bereitgestellten Angebot direkt im EVENTIM-Webshop zu buchen, z. B. über eventim.de, ticketone.it, ticketcorner.ch, lippu.fi u. a.

Auf eventim.de bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Veranstaltungsstätte besonders zu gestalten.

Veranstaltungsstätte

Das Konzerthaus Berlin steht an einem der schönsten Plätze der Stadt, dem Gendarmenmarkt. Genau wie der Platz hat auch das Haus selbst eine lange und abwechslungsreiche Tradition; das mehrfach umgebaute Haus war schon Komödienhaus, Nationaltheater und Staatstheater und musste nach der Zerstörung im Zweiten Weltkrieg neu errichtet werden. Hinter seiner beeindruckenden Fassade birgt das Haus nicht nur diese lange Geschichte, sondern auch ein attraktives Programm.



Konzerthaus Berlin

1 / 9

Die Gestaltung dieser „Venuepage“, auf der Ihre Veranstaltungsstätte professionell dargestellt wird, übernimmt EVENTIM für Sie. Wir benötigen dazu die entsprechenden Angaben und lizenzfreie Bilder von Ihnen. Wenden Sie sich bei Interesse bitte an venue@eventim.de.

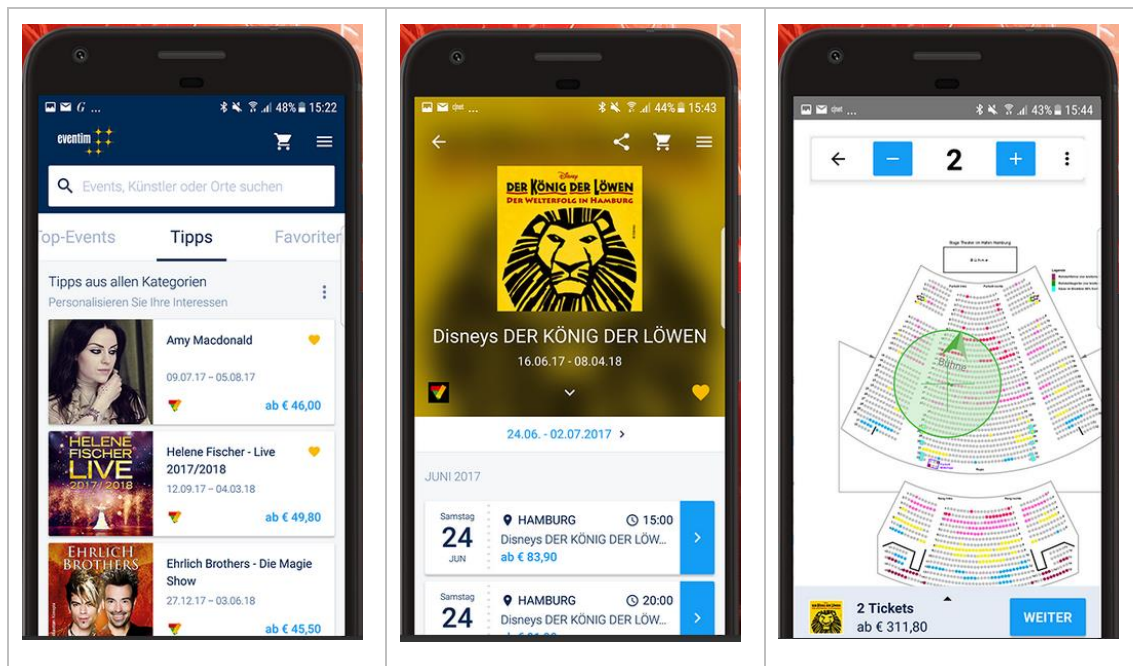
Hinweis

Einen Redaktionsleitfaden ([EVENTIM-Content-Guide](#)) sowie eine Anleitung zum Upload von Bildmaterial ([MAM-Manual](#)) stellen wir Ihnen als PDF auf www.eventim-inhouse.de zum Download zur Verfügung.

3.13.2 EVENTIM App

Auch die Benutzer von mobilen Endgeräten wie z. B. iPhones, iPads, Android-Smartphones oder -Tablets haben die Möglichkeit, Tickets aus Ihrem über Connect Online bereitgestellten Angebot komfortabel zu buchen.

Für viele EVENTIM-Webshops kann der Kunde über den Google Play-Store (<https://play.google.com/store/apps>) bzw. den iTunes-Store (<https://itunes.apple.com/de>) auch eine lokalisierte EVENTIM App herunterladen.



3.13.3 Vertriebsweg TUI

Durch die Kooperation zwischen EVENTIM und TUI können EVENTIM.Inhouse-Kunden die Möglichkeit nutzen, ihre Tickets zusätzlich über die TUI zu verkaufen.

Bei Freischaltung des TUI-Mandanten im EVENTIM-Vertriebsnetz sind Ihre Tickets in ca. 9.000 TUI Reisebüros verfügbar.

Voraussetzung ist die Nutzung des EVENTIM-Vertriebsnetzes. Die Buchungsplattform der TUI setzt auf die bestehende EVENTIM.Inhouse-Connect-Einrichtung auf. Sofern Sie diese Buchungsmöglichkeit nutzen möchten, ist eine Zusatzvereinbarung bzgl. der TUI-Freischaltungsbedingungen erforderlich.

Bitte wenden Sie sich bei Interesse an unseren Vertrieb unter vertrieb@eventim.de.

3.13.4 Vertriebsweg ADAC

Durch die Kooperation zwischen EVENTIM und dem ADAC haben EVENTIM.Inhouse-Kunden die Möglichkeit, ihre Tickets zusätzlich über die verschiedenen Vertriebskanäle des ADAC zu verkaufen.

Mit der Freischaltung sind Ihre Veranstaltungen in den Geschäftsstellen und im Ticketshop des ADAC buchbar. Voraussetzung ist eine mit EVENTIM bestehende Freischaltungsvereinbarung.

Bitte wenden Sie sich bei Interesse an unseren Vertrieb unter vertrieb@eventim.de.

3.14 EVENTIM.Inhouse-Webshop

Die Möglichkeit, online Veranstaltungstickets zu kaufen, zählt für viele Konsumenten zu den wichtigsten

Serviceleistungen im Internet. EVENTIM bietet mit dem INHOUSE-Webshop hierfür seit vielen Jahren ein ideales Werkzeug an.

Viele Veranstalter nutzen die Möglichkeit, den INHOUSE-Webshop über einen Deeplink in ihre eigene Internetseite einzubinden. Je nach den von Ihnen gewählten Parametern wird der Kunde z. B. zur Saalplanseite des INHOUSE-Webshops weitergeleitet, um dort die gewünschten Plätze auszuwählen. Auf diese Weise lässt sich der Webshop problemlos in Ihren bestehenden Internetauftritt integrieren.

Neben dem normalen Webshop für (Erst-)Käufer bietet INHOUSE die Möglichkeit, einen speziellen Login-Bereich, z. B. für Abonnenten, Kundenkarteninhaber oder Mitglieder des Fördervereins, einzurichten (Spezial-Login). Manche Veranstalter nutzen diese Option, um ausgewählten Kunden spezielle Angebote zu unterbreiten oder einen vorzeitigen Erwerb von Eintrittskarten für bestimmte Veranstaltungen zu ermöglichen (Vorkaufsrecht).

Unsere Webshop-Dokumentation ist verfügbar auf www.eventim-inhouse.de und beschreibt ausführlich die Möglichkeiten, die Ihnen unser INHOUSE-Webshop bietet.

3.15 Ticketlayouts werbewirksam gestalten

Mithilfe des Layouteditors lassen sich unterschiedliche Tickets gestalten. Neben Tickets zum Ausdruck auf dem Boca-Drucker können Sie hier Ihre individuellen TicketDirect-Vorlagen erstellen und zu Werbezwecken Logos einfügen.

EVENTIM.Inhouse ⁺

TicketDirect

Dieses Ticket ist nur gültig als kompletter DIN A4-Ausdruck. Bitte beim Einlass vorzeigen

Buchungsdaten

| | |
|--|--|
| <p>Herr Vorname Nachname Straße 1 28195 Bremen</p> | <p>Ticketnummer: 1 Auftragsnummer: 4255 Buchung: 27.11.2019</p> <p style="font-size: 8px;">Vorname Nachname 27.11.1979</p> |
|--|--|

HIER FALTEN SIE DAS ZWEITE MAL

0925526266761000002012

Logo
0

Name der Spielstätte
Contrescarpe 75 A
28195 Bremen

Veranstungstitel

Logo
7

1

11

EUR 74,00
Normal Price
Donnerstag
31.12.2020
14:00 Uhr

Logo
1

Logo
2

Logo
3

Logo
4

Logo
5

Logo
6

HIER FALTEN SIE DAS ZWEITE MAL

0925526266761000002012

Logo
7

1

11

EUR 74,00
Normal Price
Donnerstag
31.12.2020
14:00 Uhr

Logo
1

Logo
2

Logo
3

Logo
4

Logo
5

Logo
6

HIER FALTEN SIE DAS ERSTE MAL

Logo X

Nutzungs- und Anwendungshinweise

Damit der Einlass für Sie problemlos verläuft, beachten Sie bitte folgende Nutzungs- und Anwendungshinweise:

- Das Ticket ist nur gültig als DIN A4 ausgedrucktes Ticket.
- Achten Sie darauf, dass das Ticket entsprechend der Anleitung gefaltet ist.
- Nur Tickets in guter Druckqualität können vom Scanner gelesen werden.
- Bitte schützen Sie das Ticket vor Näse und Schmutz.
- Bitte halten Sie bei der Einlasskontrolle auch Ihren Personalausweis bereit.
- Behandeln Sie das Ticket wie Bargeld.
- Das Ticket hat nur Gültigkeit für einen einmaligen Einlass und wird mit der ersten Kontrolle entwertet.
- Bei Kurzzeitverlust oder -verlegung kann der Ticketpreis nur dem ursprünglichen Erwerber des Tickets zurückerstattet werden.

0925526266761000002012

HIER FALTEN SIE DAS ERSTE MAL

Faltanleitung

Für die Eintrittskontrolle muss dieses Ticket gefaltet werden. Bitte gehen Sie folgendermaßen vor:

1. FALTEN SIE DAS TICKET MITTIG an der gestrichelten Linie (Faltmarke 1) so, dass die bedruckte Seite außen liegt.
2. FALTEN SIE DAS TICKET ERNEUT an der zweiten gestrichelten Linie (Faltmarke 2) so, dass die Faltanleitung verschwindet.
3. FERTIG!

Jetzt haben Sie das Originalticket auf der einen, Adressangaben, Buchungsdaten und Barcodes auf der anderen Seite. Sie sind bereit für den Check-In.

GESTATTEN:
DIE EVENTIM.APP

Ihr Ticket-Shop für unterwegs

Viel Spaß bei Ihrem Event!
Ticketdirect ist ein Service der CTS Eventim AG & Co. KGaA

XOP8BMPM

2012

EUR 74,00

3.16 TicketDirect, -Mobile und -Wallet für Abonnements und Einzelkarten

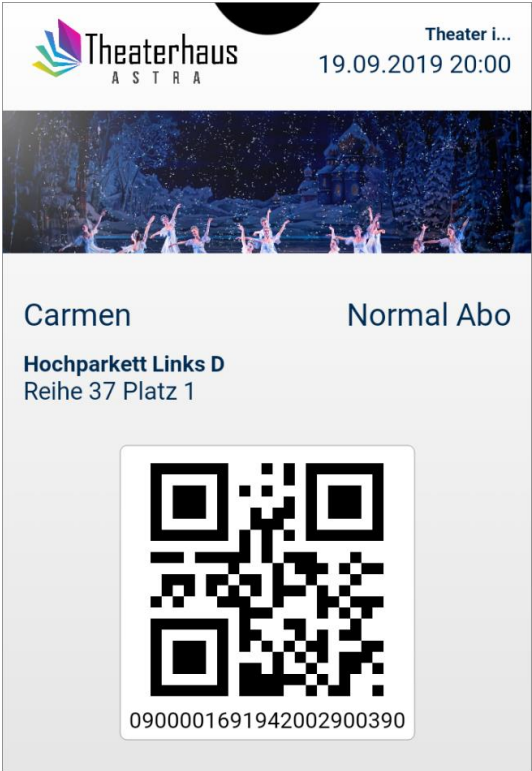
Neben dem klassischen Versand per Post und dem Versand als TicketDirect können Sie Ihren Kunden als Upgrade die Optionen TicketDirect-Mobile (MobileTicket) und TicketDirect-Wallet (E-Ticket) anbieten: Das MobileTicket beinhaltet zusätzlich zum PDF einen QR-Code, den der Kunde auf seinem Smartphone beim Einlass vorzeigen kann.

Das E-Ticket bietet darüber hinaus die Möglichkeit, ein elektronisches Ticket über einen Link abzurufen

Guide | Marketing | Softwareversion 2021.1

Seite 85

und in einer Wallet-App zu speichern. Der Kunde kann seine Tickets komfortabel in der App verwalten und jederzeit darauf zugreifen. Auch bei dieser Variante enthält das Ticket einen QR-Code, der beim Einlass abgescannt wird. Das E-Ticket kann – im Rahmen der von Apple vorgegebenen Möglichkeiten – individuell gestaltet und damit an das Corporate Design Ihres Hauses angepasst werden.

| | |
|--|---|
| <i>Beispiel eines E-Tickets (Abo-Einzelkarte)</i> | |
|  | <p>Event Abonnement 2019</p> <hr/> <p>Carmen <u>19.09.2019 20:00</u></p> <p>Theater im Park Contrescarpe 75, 28195 Bremen</p> <hr/> <p>Hochparkett Links D: Reihe 37 Platz 2</p> <hr/> <p>Ein Sommernachtstraum <u>01.01.2020 20:00</u></p> <p>Theater im Park Contrescarpe 75, 28195 Bremen</p> <hr/> <p>Hochparkett Links D: Reihe 37 Platz 2</p> |

Detaillierte Informationen zu allen TicketDirect-Varianten finden Sie in unserer Dokumentation „Papierlose Tickets mit EVENTIM.Inhouse“, verfügbar auf www.eventim-inhouse.de.

3.17 Kalendermarketing

Seit vielen Jahren besteht die Möglichkeit, Termininformationen in Kalenderdarstellungen im Internet zum Download anzubieten. Dazu gibt es das normierte Format ICS. Viele Einrichtungen bieten solche Kalendereinträge bereits in ihrem Spielplan an.

EVENTIM.Inhouse unterstützt das Format z. B. in der Bestellbestätigung – der Benutzer klickt auf den Link, lädt sich eine Datei herunter, die üblicherweise z. B. mit Outlook verknüpft ist, das Terminfenster öffnet sich und der Besucher speichert den Termin in seinem Terminkalender.

[← Einkauf beenden und zurück zur Startseite](#) **Bestätigung**

Vielen Dank für Ihre Bestellung!
Diese Auftragsbestätigung und Ihre Tickets wurden an die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse [REDACTED] gesendet.

Auftragsnummer: **554**
Kundennummer: 1
Frau
[REDACTED]

Sie haben 2 Karte(n) gebucht.

Ein Sommernachtstraum
A Midsummer Night's Dream

Mi 01.01.2020 20:00 [Theatre Park Avenue
Main Street 1, 5213 London](#) [Speichern Sie den Termin in Ihrem Kalender!](#)

| | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|---------------|-------------|---------|
| Center Stage Left | Reihe 1 | Platz 3 | Platzgruppe 1 | Normalpreis | 30.00 € |
| Center Stage Left | Reihe 1 | Platz 4 | Platzgruppe 1 | Normalpreis | 30.00 € |

Kalender können also sehr gut Marketingaufgaben erfüllen und z. B. per Eintrag an eine Wunschproduktion, an einen wichtigen Vorverkaufsstart oder einen bevorstehenden Vorstellungsbuch erinnern – und Ihre Kunden verpassen nie mehr einen Kartenkauf oder eine Vorstellung.

4. Auswertungen

4.1 ABC-Analyse

Zeitgemäßes Marketing erfordert eine über die klassische Aufteilung nach Saisonkarten- und Einzelkartenkäufern hinausgehende Segmentierung Ihres Publikums nach Interessen (z. B. bestimmte Genres), Gewohnheiten (z. B. Veranstaltungen an bestimmten Wochentagen) oder demografischen Daten (z. B. Altersgruppen). Ziel dabei ist, einer differenzierten Kundschaft maßgeschneiderte Angebote, beispielsweise im Rahmen von Mailingaktionen anzubieten.

Für die Segmentierung von Kunden hat sich ein Bewertungsmechanismus etabliert, mit dem gemessen werden kann, wie die Beziehung eines Kunden zu seinem Lieferanten (z. B. Theater, Konzerthaus) ausgebildet ist. Diese Methode wird auch RFM genannt:

- Recency: Wann hat der Besucher zuletzt eine Karte gekauft?
- Frequency: Wie oft kauft der Besucher Karten?
- Monetary Value: Wie hoch war der Wert der gekauften Karten?

Aus diesen Informationen lässt sich ein Index bilden, mit dessen Hilfe erkannt werden kann, welche Kunden zu den „wirtschaftlich wertvollen“ Kunden zählen. Auch auf dieser Grundlage können gezielt Marketingaktionen durchgeführt werden.

Ein mögliches Auswertungsprogramm zur Kundenanalyse stellt das Programm *ABC-Analyse* in INHOUSE bereit, das Sie im Menü *Auswertungen* finden. Die ABC-Analyse kann direkt über die Applikation *Marketing (Auswertungen / ABC-Analyse)* oder auf Basis einer Vorauswahl über eine Kundendatenselektion ausgeführt werden. In anderen Applikationen ist die ABC-Analyse über die Kundenverwaltung (*Extras / Kunden selektieren...*) aufrufbar.

Mit Hilfe der ABC-Analyse können Sie eine Umsatzanalyse durchführen, die durch die Einstellung verschiedener Werte gezielt eingeschränkt werden kann.

Aufgelistet und summiert werden u. a. der Gesamtumsatz und – je nach Auswahl und definierter Umsatzhöhe – der Umsatz aus den einzelnen Bereichen Kartenverkauf, Saisonkarten, Gutscheine und Artikelverkäufe.

Darüber hinaus werden pro Kunde das Datum des letzten Kartenkaufs sowie weitere interessante Eckdaten wie z. B. der durchschnittliche Kartenwert ausgegeben. Diese Erkenntnisse ermöglichen es Ihnen, für die entsprechend den Filterbedingungen ausgegebenen Kunden eine Klassifizierung vorzunehmen.

Die Umsätze lassen sich nach verschiedenen Kriterien filtern. Um die erweiterten Suchbedingungen aus der Kundendatenselektion hier nutzen zu können, können die Filterbedingungen noch weiter eingeschränkt werden.

Einige Kunden kategorisieren ihre Produktionen anhand bestimmter Merkmale, um so z. B. festzustellen,

welches Genre den meisten Zulauf hat. Über die Drop-down-Liste *Produktionsgruppenmerkmal* lässt sich außerdem der Umsatz bezogen auf eine bestimmte Produktionsgruppe ermitteln.

Hinweis

Schließen Sie über entsprechende Merkmale Kunden wie Busreise-Unternehmen und Großbesteller aus, die möglicherweise Ihre gewünschte Analyse stören könnten.

→ **Marketing / Auswertungen / ABC Analyse**

ABC-Analyse

Suchkriterien

Verkaufszeitraum: 00.00.0000 bis 00.00.0000

Verfügbare Transaktionen: Alle

Kundenmerkmal: Einschließend, Ausschließend

Produktionsgruppenmerkmal: **Oper (24)**

Einschränkung der Treffermenge aus der Kundenselektion: (57 Kunden)

| Kundenmerkmal | Gesamt: | Umsatz über | Umsatz bis | Anzahl über | Anzahl bis | Letzter Vorgang vor |
|---|---------|-------------|------------|-------------|------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> Kartenverkauf: | | 300,00 | 0,00 | 0 | 0 | 00.00.0000 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Saisonkarten: | | 0,00 | 0,00 | 0 | 0 | 00.00.0000 |
| <input type="checkbox"/> Gutscheine: | | 0,00 | 0,00 | 0 | 0 | 00.00.0000 |
| <input type="checkbox"/> Artikelverkäufe: | | 0,00 | 0,00 | 0 | 0 | 00.00.0000 |

| Kunden-Nr. | Name | Umsatz gesamt | Letzter Kauf | Anzahl Aufträge | Umsatz Karten | Anzahl Karten | Unterschiedliche Veranstaltungen | Karten pro Veranstaltung | Durchschnittlicher Kartenpreis |
|------------|------|---------------|--------------|-----------------|---------------|---------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| 1 | | 10.349,50 | 14.02.2019 | 86 | 7.769,50 | 113 | 23 | 5 | 68,76 |
| 11 | | 5.307,00 | 02.02.2019 | 15 | 4.437,00 | 50 | 8 | 6 | 88,74 |
| 108 | | 5.664,00 | 09.01.2019 | 2 | 5.664,00 | 108 | 2 | 54 | 52,44 |
| 206 | | 342,00 | 17.07.2019 | 2 | 342,00 | 4 | 1 | 4 | 85,50 |
| 220 | | 412,00 | 06.02.2019 | 3 | 412,00 | 4 | 2 | 2 | 103,00 |
| 241 | | 778,00 | 22.12.2019 | 7 | 778,00 | 12 | 6 | 2 | 64,83 |
| 249 | | 580,00 | 10.11.2019 | 2 | 580,00 | 10 | 1 | 10 | 58,00 |
| 261 | | 480,00 | 14.09.2019 | 2 | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0,00 |
| 267 | | 824,00 | 01.03.2019 | 1 | 824,00 | 8 | 1 | 8 | 103,00 |

Die ABC-Analyse ermöglicht eine mehrstufige Klassifizierung nach folgendem Muster (z. B. 3-Stufen-Klassifizierung):

- A – Große Anzahl von Käufen
- B – Mittlere Anzahl von Käufen
- C – Gelegenheitskäufe

Zu jedem ausgewählten Kunden werden u. a. der Gesamtumsatz und der Zeitpunkt des letzten Kaufs ausgegeben. Aufgrund dieser Daten kann eine Klassifizierung vorgenommen werden; jedem Kunden kann ein ABC-Kundenmerkmal zugewiesen werden.

| Kunden-Nr. | Name | Umsatz | Karten | Anzahl Karten |
|------------|------|--------|------------|---------------|
| 1 | | 1.00 | | |
| 11 | | 1.07 | | |
| 237 | | 1.00 | | |
| 241 | | 1.00 | | |
| 245 | | 115,00 | 17.10.2019 | 3 |
| 248 | | 103,00 | 23.10.2018 | 1 |
| 251 | | 184,00 | 17.11.2019 | 1 |
| 253 | | 230,00 | 18.11.2018 | 2 |
| 255 | | 584,00 | 19.01.2019 | 5 |

ABC-Kundenmerkmale müssen zuvor im Programm *Profile bearbeiten* definiert werden.

→ **Systemverwaltung** / *Basisdaten* / *Profile bearbeiten*

| Sprache | Profil | Nummer | Bezeichnung | Kennung | Sortierung |
|---------|---------------------|--------|---------------|---------|------------|
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | | | | |
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | 1 | A Kunde 100 | a | 1 |
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | 2 | B Kunde 200 | b | 2 |
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | 3 | C Kunde | c | 3 |
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | 4 | VIP-Kunde | g | 4 |
| deutsch | Merkmal ABC-Analyse | 5 | Premium-Kunde | h | 5 |

Nachdem Sie alle Kunden, denen ein ABC-Kundenmerkmal zugewiesen werden soll, markiert und das entsprechende ABC-Kundenmerkmal ausgewählt haben, müssen die Datensätze verarbeitet werden. Es erfolgt eine Aktualisierung der Kundendatenbank.

Das ABC-Kundenmerkmal ist für Ihre Mitarbeiter an der Kasse als eindeutiges Kennzeichen im Reservierungsfenster sichtbar (s. Kap. 3.2). Analog zu den ABC-Merkmalen lassen sich über die ABC-Analyse auch selbst definierte Kundenmerkmale zuweisen.

Auf der Basis der Merkmale können Kundengruppen zusammengestellt und für Marketingaktivitäten ausgewählt werden. Die Funktionalitäten der Kundendatenselektion können ergänzend eingesetzt werden (*Bearbeiten* / *Kunden selektieren*).

Um noch differenziertere Auswertungen zu erzielen, lassen sich zusätzlich z. B. eine oder mehrere Spielstätten, Produktionen und/oder Verkaufsarten auswählen. In die Felder *Produktion*, *Verkaufsart*, *Spielstätte*, *Gutscheintyp* und *Artikelgruppe* können mehrere Einträge gleichzeitig eingegeben bzw. im Suchfenster mittels Strg-Taste ausgewählt werden (bei nur einem Eintrag wird wie gewohnt zusätzlich die Bezeichnung angezeigt).

ABC-Analyse

Suchkriterien

Verkaufszeitraum: 01.01.2018 bis 10.12.2018

Verfügbare Transaktionen: Alle

Kundenmerkmal: Einschließend

Ausschließend

Kartenverkauf
 Veranstalter: Anja (Dokumentation) (788)
 Produktion: 6, 10, 20
 Verkaufsart: 1, 17, 21
 Spielstätte: 5, 7

Saisonkarten
 Veranstalter:
 Saison:
 Serie:
 Losabonnement:
 Verkaufsart:
 Gutscheine
 Veranstalter: Anja (Dokumentation) (788)
 Gutscheintyp: Geschenkgutschein (32)
 Artikelverkauf
 Artikelgruppe: Zeitschriften (3)

Veranstaltungszeitraum: 00.00.0000 bis 00.00.0000

Beim Doppelklick in eines der Auswahlfelder öffnet sich wie gewohnt das Suchfenster, das die Möglichkeit bietet, alle Einträge gleichzeitig zu selektieren bzw. die komplette Selektion wieder aufzuheben.

ABC-Analyse

Suchkriterien

Verkaufszeitraum: 01.01.2021 bis 02.02.2021

Verfügbare Transaktionen: Alle

Kartenverkauf
 Veranstalter:
 Produktion:
 Saisonkarten
 Veranstalter:
 Saison:
 Serie:
 Losabonnement:
 Verkaufsart:
 Gutscheine
 Veranstalter:
 Gutscheintyp:
 Artikelverkauf
 Artikelgruppe:
 Zeitschriften:
 Premium-Kunde (n)

Datensatz auswählen

| Nummer | Titel | Spielstätten-Bezeichnung |
|--------|------------------------|--------------------------|
| 1 | Les Misérables | |
| 2 | Aida | |
| 3 | Die Zauberflöte | Großes Haus |
| 4 | Don Giovanni | Some Theatre |
| 5 | Tristan und Isolde | |
| 6 | Tschaikowski - Ballett | Das kleine Theater |
| 7 | Tschaikowski - Oper | Opernsaal |
| 8 | Rigoletto | Das kleine Theater |
| 9 | West Side Story | Großes Haus |

Am linken Rand finden Sie außerdem ein Icon, das den markierten Kunden direkt in der Auswahlbox der Kundenverwaltung öffnet.

| | Kunden-Nr. | Name | Umsatz gesamt | Letzter Kauf | Anzahl Aufträge | Umsatz Karten |
|-----|------------|------|------------------|--------------|--------------------|---------------|
| | 1 | | 31.378,45 | 30.11.2018 | 89 | 31.029,50 |
| | 2 | | 2.024,00 | 06.07.2018 | 1 | 2.024,00 |
| ↖ ↗ | 6 | | 159,00 | 16.07.2018 | 1 | 159,00 |
| ↖ ↗ | 8 | | 103,00 | 06.07.2018 | 1 | 103,00 |
| ↖ ↗ | 9 | | 103,00 | 06.07.2018 | 1 | 103,00 |
| ⚙ | 11 | | 12.434,00 | 19.10.2018 | 23 | 12.434,00 |
| ⚙ | 12 | | 1.848,00 | 15.06.2018 | 1 | 1.848,00 |
| | 215 | | 176,00 | 06.07.2018 | 1 | 176,00 |
| 👤 | 220 | | 588,00 | 06.07.2018 | 4 | 588,00 |
| 👤 | 221 | | 176,00 | 06.07.2018 | 1 | 176,00 |
| 👤 | 241 | | 14.960,00 | 05.10.2018 | 19 | 14.940,00 |
| 👤 | 261 | | 2.048,00 | 25.11.2018 | 15 | 1.568,00 |
| 👤 | 263 | | 349,00 | 08.10.2018 | 1 | 349,00 |

4.2 EVENTIM.Campaign

Mit DynaCampaign werden Kunden- und Bewegungsdaten für Marketing-Kampagnen in einfachen Schritten in der Segmentierung zielgruppengerecht aufbereitet. Das Herzstück der Kampagnen-Applikation ist das darunterliegende CRM Datenmanagement, das von EVENTIM dafür aufbereitet und zur Verfügung gestellt wird. Zusammen bilden DynaCampaign und das CRM-Datenmodell das Produkt EVENTIM.Campaign.

EVENTIM.Campaign bietet Ihnen zusätzliche Möglichkeiten in der Vermarktung von Veranstaltungen durch eine Automatisierung und Dynamisierung von Kampagnen. Dadurch können Sie die Kundenbindung steigern und mehr Umsatz generieren.

Maßgeschneiderte Mailings mit individueller Kundenansprache und relevanten Inhalten wirken attraktiv und sorgen für eine entsprechende Conversion Rate. Für die Umsetzung der Kampagnen stellen wir die komplette Infrastruktur als „Managed Service“ zur Verfügung und übernehmen auf Wunsch auch Beratung, Konzeption und Umsetzung.

Bitte wenden Sie sich bei Interesse an unseren Vertrieb unter vertrieb@eventim.de.

4.3 EVENTIM.Analytics

EVENTIM.Analytics ist ein von CTS EVENTIM entwickeltes Analysewerkzeug, das Einblick in erfolgskritische Daten aus dem Ticketing gewährt.

EVENTIM.Analytics ist eine responsive Webanwendung und zeigt detaillierte Auswertungen zu den verkauften Tickets pro Veranstaltung oder pro Produktion. Sie können Abfragen wie z. B. Break-Even oder Benchmarks im Vergleich mit anderen Veranstaltungen generieren und erhalten Hilfe bei der Wirksamkeitsprüfung von Werbemaßnahmen. Des Weiteren zeigen Anreisedistanzen und PLZ-Analysen, woher die Besucher kommen.

Diese Auswertungen können dazu beitragen, Besucherstrukturen besser zu verstehen und auf dieser Basis Ticketverkäufe zu optimieren. Auswertungen können in Tabellenform oder in übersichtlichen Grafiken und Diagrammen mit einer responsiven Oberfläche dargestellt werden. Damit sind die Daten auch auf mobilen Endgeräten abrufbar und Sie können die Daten jederzeit schnell, unkompliziert und ortsunabhängig anfordern.

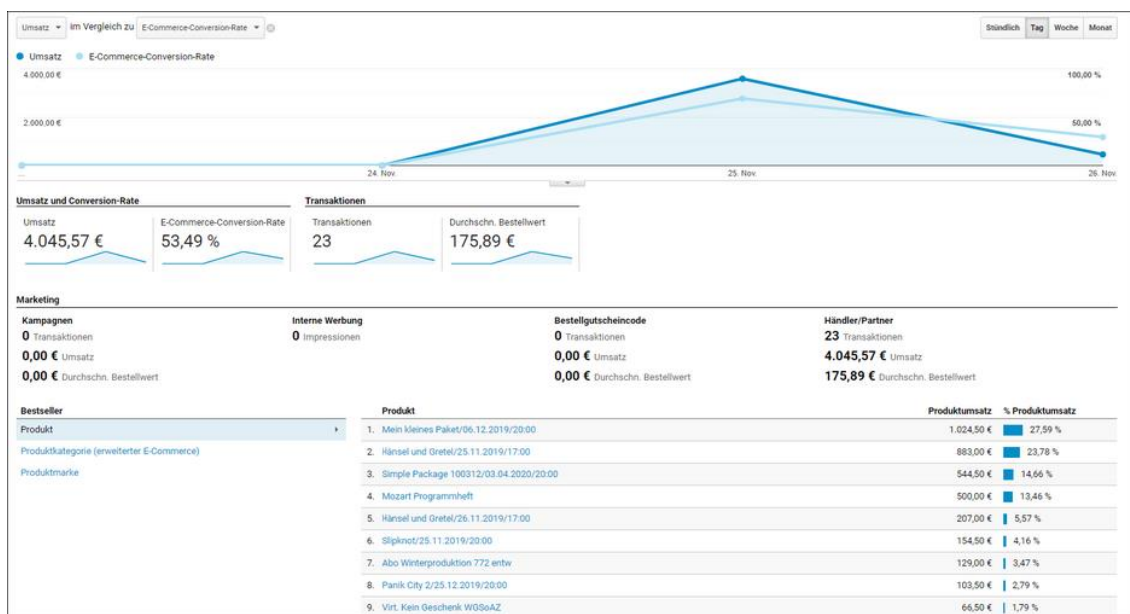
4.4 Tracking im INHOUSE-Webshop

Trackingtools ermöglichen eine Analyse des Verkehrs auf dem Webserver und werden daher von vielen Kunden für ihre Webauftritte genutzt. Analysetools sind beispielsweise Google Analytics und Facebook-Pixel, die Ihnen Daten über die Zugriffe auf Ihre Website liefern. Mithilfe der Abbildung und Analyse dieser Daten können Sie u. a. die Wirksamkeit Ihrer Marketingstrategien überprüfen und Ihre Marketingaktivitäten gezielter planen.

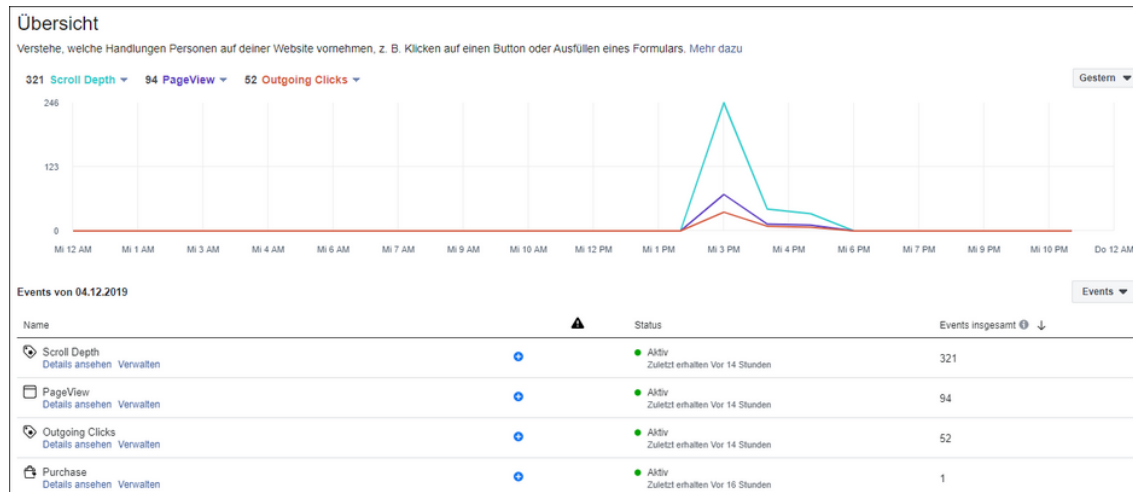
Bisher konnten standardmäßig Seitenaufrufe und Auftragsdaten bei Einzelveranstaltungen übertragen werden. Zukünftig können weitere Daten übertragen werden:

- Seitenaufrufe
- Auftragsdaten für alle Produkte (Veranstaltungen, Gutscheine, Artikel, Saisonkarten)
- Verwendete Zahlarten
- Neukunde vs. Bestandskunde
- Welche Produkte wurden in den Warenkorb gelegt?
- Welche Produkte wurden aus dem Warenkorb entfernt?
- Aufruf der Produktdetailseiten (Platzbuchung, Artikeldetailseite)
- Aufruf der Veranstaltungsliste (inkl. der Veranstaltungen)

Beispiel Google Analytics:



Beispiel Facebook Pixel:



Wir haben die Codes für Google Analytics Standard und Facebook Pixel bereits in den Webshop integriert – damit reicht es aus, das Tracking im Admin-Tool (*Tools / Tracking Tool*) zu aktivieren und die entsprechenden IDs einzutragen.

5. Index

A

ABC-Analyse 88
ABC-Kundenmerkmal 90
Adressdatenbank 6
Adressselektion 9
Aktionscode 64
Auftragsmerkmale 50
Auftragsmerkmalgruppen 50
Auswertung 76
Auswertungen 33, 88

B

Benutzerprofile 12

C

Connect Online 80

D

Dateianhänge 38
Deeplink 84
Double-Opt-In 45

E

Erfolgskontrolle 43, 55, 76
EVENTIM.Analytics 92
EVENTIM.Campaign 92

H

HTML-Editor 15

K

Kampagnen 33
Kampagnen-E-Mails 13
Kassiererprofil 52
Klassifizierung 88
Kontakthistorie 11
Kundenbindung 7
Kundendaten 6
Kundeninformationen 9
Kundenkarte 59
Kundenmerkmale 8
Kundennummer 11
Kundenstatistik 6
Kundenverwaltung 6

M

Mailingaktion 33
Mailings 25
Mailing-Sendeprotokoll 32
Mailing-Statistik 31
Marketingaktionen 6
Marketingcodes 50
Mengenbeschränkungen 62
Mengenkontingente 61
Merkmale 9
Merkmalsgruppen 9

P

Personalisierung 35

Post-Mailing 13

Pre-Mailing 13

R

Reservierungsfenster 10

RFM-Methode 88

S

Saisonkarten 12

Segmentierung 88

Service-Mails 13

Spezial-Login 84

T

Telemarketingaktionen 56

Ticketingsystem 5

U

Umsatzanalyse 88

V

Variable Veranstaltungstexte 22

Venuepage 82

Veranstaltungs-E-Mails 13

Vergleichs-Verkaufsart 77

W

Webshop 83

WYSIWYG-HTML-Editor 13

Z

Zusatzdaten 6

Zusatzleistungen 77

6. Kontakt

Für Ihre Fragen oder Anmerkungen zum Inhalt kontaktieren Sie bitte unseren Professional Customer Support EVENTIM.Inhouse:

Telefonnummer: +49 421 3666-650

E-Mail: inhousesupport@eventim.de

Geschäftszeiten:

Montag–Freitag 08:00–18:00 Uhr

Adresse: CTS EVENTIM AG & Co. KGaA
Contrescarpe 75 A
28195 Bremen

Internetseite: www.eventim-inhouse.de

Impressum

CTS EVENTIM AG & Co. KGaA
Contrescarpe 75A
28195 Bremen

© Copyright CTS EVENTIM AG & Co. KGaA

Sämtliche Texte, Bilder und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Die alleinigen Nutzungs- und Verwertungsrechte liegen bei der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA, ohne deren Zustimmung jede – auch auszugsweise – Weitergabe, Vervielfältigung, öffentliche Darbietung oder sonstige über den bestimmungsgemäßen Zweck hinausgehende Nutzung untersagt ist.

Haftungsausschluss

Die Informationen in diesem Benutzerhandbuch sind sorgfältig zusammengestellt, erheben aber dennoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sachliche Korrektheit sowie Aktualität. Eine Gewährleistung oder Haftung kann insoweit nicht übernommen werden.