



O GUIA **DEFINITIVO** DA VENDA DE INGRESSOS



INTRODUÇÃO

Sejam bem-vindos ao “**Guia definitivo da venda de ingressos**”, um conteúdo projetado especificamente para organizadores de eventos que buscam aprimorar suas estratégias de venda de ingressos. A organização de eventos é uma arte que vai além de simplesmente oferecer experiências; é sobre criar memórias duradouras para o público.

Neste guia, exploraremos cada faceta do processo de venda de ingressos, desde o planejamento inicial até a análise de dados pós-evento, fornecendo insights práticos, estratégias comprovadas, ferramentas essenciais para maximizar a eficiência na venda de ingressos e proporcionar uma experiência impecável aos participantes.

Por que a venda de ingressos é importante?



Antes de mergulharmos nas nuances da venda de ingressos, é fundamental compreender por que este processo desempenha um papel vital no sucesso do seu evento. Além de gerar receita, a venda de ingressos é a porta de entrada para o seu público-alvo. É a **primeira interação tangível** que os participantes têm com o seu evento, influenciando diretamente sua percepção e expectativas.

Nas páginas seguintes, nosso objetivo é capacitar organizadores de eventos a enfrentar os desafios inerentes à venda de ingressos, desde a escolha da plataforma certa até estratégias eficazes de marketing que impulsionam as vendas.

Estamos empolgados por você se juntar a nós nessa jornada. Vamos começar?

O GUIA **DEFINITIVO** DA VENDA DE INGRESSOS

CAPÍTULO 1

PLANEJA- MENTO

- O que fazer antes de colocar o ingresso à venda
- Como escolher a plataforma
- Preço e tipos de ingresso

CAPÍTULO 2

SETUP

- Colocando seus ingressos à venda
- Vendendo seus ingressos com segurança, conforto e rapidez

CAPÍTULO 3

HORA DA VENDA

- O poder dos anúncios
- Medindo resultados

CAPÍTULO 4

INCREMENTOS DE VENDAS

- Estratégias para reforçar as vendas

CAPÍTULO BÔNUS 1

ANGARIANDO RECURSOS PRO SEU EVENTO

- Angariando patrocínio

CAPÍTULO BÔNUS 2

DESCUBRA O PODER DOS DADOS

- Conheça seu público
- Adequando seu negócio
- Criando possibilidades com dados

CONCLUSÃO

CAPÍTULO 1

PLANEJAMENTO

Seu evento começa bem antes
da venda de ingressos!

O QUE FAZER ANTES DE COLOCAR O INGRESSO À VENDA

Por mais que a venda não seja o último passo de um evento, há muita coisa a se considerar antes. É necessário decidir muitos aspectos sobre seu evento, como orçamento, data, local, público-alvo, atrações, parcerias e patrocínios. Entenda suas expectativas, defina metas realistas e planeje estrategicamente para criar uma base sólida para seu evento, que te permita superar desafios potenciais, identificar o perfil do participante ideal e potencializar a singularidade do seu evento.



COMO ESCOLHER A PLATAFORMA

A escolha da plataforma de venda de ingressos é uma decisão crucial que afetará diretamente a experiência do participante. Para nós, estes são os quesitos que mais impactam na escolha da plataforma a ser usada na venda de seus ingressos:

Funcionalidades: a melhor plataforma precisa possuir as melhores funcionalidades. Através dela, você precisa poder criar eventos proprietários e white-label, construir páginas de evento customizáveis com informações e integração de compra, aceitar os mais variados meios de pagamento possíveis, acessar um módulo financeiro para acompanhamento e transparência de resultados, disponibilizar venda de ingressos individuais ou em grupo, ter um módulo de promoters e comissários para ampliar o alcance de suas estratégias... isso apenas para citar algumas! As plataformas mais avançadas possuem até integração com sistemas de dados, possibilitando insights valiosos com base no comportamento do seu público.





Segurança: imprescindível tanto para você quanto para seu público! Seja na hora da compra ou na validação do ingresso para a entrada, um sistema seguro evita problemas na compra, fraudes, ingressos ou cobranças duplicadas e garante que a compra e a entrada no evento sejam sem complicações para você e seu público.

Interface: Deve ser intuitiva, fácil de navegar e esteticamente agradável. Os organizadores e os participantes devem ter autonomia para encontrar e editar as informações relevantes, como detalhes do evento, opções de ingressos e processo de compra. Uma interface bem projetada contribui para uma experiência positiva, incentivando os usuários finais a explorarem e realizarem suas compras de forma eficiente.

Personalização: Uma boa plataforma de venda de ingressos deve permitir a personalização de páginas de eventos. Isso permite que os organizadores transmitam a identidade e o tema do evento, além de oferecerem uma experiência mais alinhada com a marca. A personalização também se estende a opções de relatórios e análises para atender às especificidades do organizador.

Solidez no mercado: Mais do que confiar na plataforma escolhida, é preciso confiar na empresa por trás dela. Entenda quais outros eventos do seu mercado utilizam essa ferramenta, quanto tempo de experiência ela tem de mercado e até mesmo, se ela oferece outras soluções que podem complementar a sua operação, por exemplo, gestão de consumo. Ter mais de uma solução na mesma ferramenta, muitas vezes significa facilidade para cruzar dados.

Suporte técnico humanizado: O suporte técnico é crucial para garantir que organizadores e participantes tenham uma experiência tranquila e a plataforma deve oferecer canais eficientes para isso. Como chat ao vivo, e-mail ou telefone, com tempos de resposta rápidos. Tutoriais e recursos de autoajuda também são valorizados para que os usuários possam resolver questões comuns de forma independente. Mas, nenhum desses itens deve substituir a oferta de um suporte humanizado, idealmente 24/7, gerando confiança nos organizadores e a satisfação geral dos usuários.

Idealmente, você precisa buscar uma solução que possua todas as melhores características de uma plataforma de gestão de tickets, com a possibilidade de adequar os serviços específicos às suas necessidades e que disponibilize os dados da sua operação em tempo real.

PREÇO E TIPOS DE INGRESSO

A estratégia de precificação é uma arte complexa. É necessário determinar preços que reflitam o valor do seu evento, incentivar compras antecipadas e oferecer uma variedade de tipos de ingressos para atender às diversas preferências do seu público.

Dependendo do tipo do evento, os ingressos podem ser desde o tipo mais padrão, como “Inteira” e “Meia Entrada”, até setores diferenciados como “Pista”, “Camarote” e “VIP”. Alguns eventos oferecem a opção de Lounges particulares para grupos, tipos específicos de desconto (como de Promoters ou para compras em grupo) e também pode fazer parte da estratégia gerar ingressos “Cortesia” para convidados ou para sorteios. Eventos maiores podem contar com viradas de lote ou passaportes para vários dias, afetando o preço final do ingresso para o consumidor.

Tudo isso precisa ser considerado no planejamento da venda para equilibrar o valor percebido do seu evento ao custo de produção, resultando em mais público para o seu evento e um fluxo de caixa mais favorável.

Também é importante pensar se suas modalidades de ingresso poderão ser adquiridas de forma digital (com QR Code ou para impressão) ou física (o clássico ingresso impresso), considerando que a modalidade física pode ter taxas extras de impressão e manuseio, exigindo também que o comprador se desloque até o ponto de venda, mas pode ser um souvenir para boa parte do público.



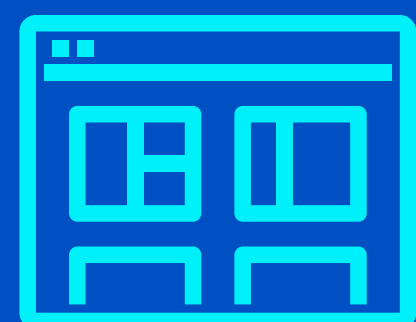
CAPÍTULO 2

SETUP

Colocando seus ingressos à venda

Ao passar para a fase de venda, é essencial preparar uma apresentação atraente e envolvente dos seus ingressos. Para isso, uma página de venda bem projetada é imprescindível.

Tudo planejado? Vamos lá:

1

Escolha a sua Plataforma: Falamos da importância desse passo alguns parágrafos atrás. Nós recomendamos a plataforma de ingressos da Zig, por todas as funcionalidades disponíveis e facilidade de uso, mas por essa você já esperava, certo?

2

Cadastro na Plataforma:

Crie uma conta na plataforma escolhida. Isso geralmente envolve fornecer informações básicas sobre você ou sua empresa.

3

Configuração do Evento:

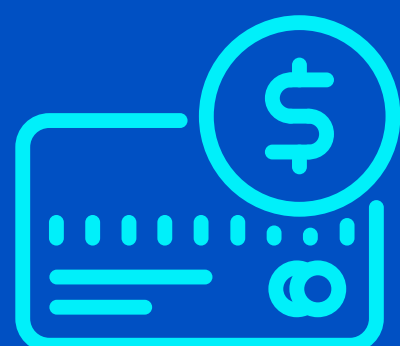
Após o cadastro, siga as instruções para criar um novo evento. Isso pode incluir detalhes como o nome do evento, data, local, descrição e imagens. Certifique-se de preencher todas as informações relevantes.

4



Configuração dos ingressos: Determine os tipos de ingressos que você deseja oferecer, como ingressos regulares, ingressos VIP, ingressos antecipados, entre outros. Configure os preços, quantidade disponível, virada de lote e qualquer desconto ou código promocional, se fizer parte da sua organização!

5



Configuração de pagamento: Defina as opções de pagamento para os participantes. A maioria das plataformas permite o uso de cartões de crédito, débito, PIX, dinheiro, boletos e, em alguns casos, carteiras virtuais. Configure como você deseja receber os pagamentos, e forneça as informações necessárias, como detalhes da conta bancária.

6



Personalização da página do evento: Destaque seus principais atrativos, como local, atrações e diferenciais, criando relacionamento com seu público-alvo e o que ele pode esperar no dia. Essa página também precisa ser responsável por responder à maioria das dúvidas que seu público pode ter, então não economize nos detalhes. Não se esqueça de adicionar detalhes visuais, como logotipos, banners e cores que representem seu evento. Uma página atraente pode converter mais participantes!

7

Divulgação e marketing: Após configurar seu evento, use as ferramentas de marketing da plataforma para promovê-lo. Compartilhe nas redes sociais, envie e-mails para sua lista de contatos e utilize outras estratégias para alcançar seu público-alvo. Atualmente, muitos produtores usam estratégias com Promoters para alcançar públicos específicos que podem se interessar pelo seu evento, trabalhando em formato de comissão. As melhores plataformas já têm módulos especiais para trabalhar com Promoters e aproveitar ao máximo sua divulgação!

8

Monitoramento e atualização: Acompanhe as vendas de ingressos e ajuste sua estratégia conforme necessário. Algumas plataformas oferecem análises e relatórios que podem ajudar você a entender o desempenho do seu evento desde o começo das vendas.

VENDENDO SEUS INGRESSOS COM SEGURANÇA, CONFORTO E RAPIDEZ



Após optar por uma plataforma de venda de ingressos confiável e segura, certifique-se de que a plataforma oferece recursos robustos de segurança para proteger informações sensíveis, como **Certificados de Segurança SSL** (Secure Socket Layer) para criptografar as informações transmitidas e **múltiplas opções de pagamento seguro**, como cartões de crédito, débito e PIX.

Ingressos digitais e QR Codes não apenas proporcionam mais conforto aos participantes, mas também reduzem a necessidade de manuseio físico de ingressos, minimizando o risco de perdas ou falsificações. Ainda assim, imprevistos podem acontecer, por isso é importantíssimo oferecer suporte técnico eficiente para lidar com quaisquer problemas que os participantes possam encontrar durante o processo de compra.

Um suporte rápido e eficaz contribui para a satisfação do cliente e uma **política de reembolso clara** traz mais confiança para os usuários, tanto sobre a plataforma quanto sobre seu evento.

CAPÍTULO 3

HORA DA VENDA

Estratégias para anunciar ingressos, acompanhar seus resultados e reagir de acordo!

O PODER DOS ANÚNCIOS

Utilize marketing digital: Alavanque as redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter, para promover seu evento e vender ingressos. Crie campanhas segmentadas para atingir seu público-alvo. Anúncios de Mídia Paga estão entre as estratégias mais efetivas de conversão para redes sociais atualmente, e as plataformas mais completas já possuem as integrações necessárias para acompanhar a performance dos seus anúncios em tempo real.



E-mail marketing: Construa uma lista de e-mails com dados dos seus clientes de eventos passados e envie newsletters ou e-mails promocionais para informar sobre a venda de ingressos, oferecer descontos exclusivos e criar expectativa. Utilizar gatilhos de urgência como “último dia antes da virada de lote” ou “último dia para adquirir o passaporte de todos os dias com valor promocional”, são excelentes caminhos para acelerar as vendas.



Parcerias estratégicas: Colabore com influencers ou canais dos parceiros e atrações do seu evento para ampliar seu alcance. Eles podem promover o evento e incentivar a compra de ingressos. Aqui também entram estratégias com Promoters, com públicos já estabelecidos, e que podem movimentar multidões com ofertas especiais!

Crie conteúdo engajador: Produza conteúdo envolvente, como vídeos, entrevistas ou teasers do evento, para gerar interesse e compartilhamento nas redes sociais. Nesta etapa, é importante fugir do óbvio, promova todos os elementos do seu evento, como medidas sustentáveis, opções de alimentação e bebidas, local e ambientes, além de dar uma prévia de como será a experiência no dia. Lembre-se que seu público sempre busca mais que um show ou festival, eles buscam experiências inesquecíveis. Faça seu público se sentir parte do evento antes mesmo da compra dos ingressos!



MEDINDO RESULTADOS



Analytics da plataforma: Utilize as ferramentas de analytics da plataforma de venda de ingressos para monitorar o desempenho das vendas. Acompanhe métricas como número de visitantes, taxa de conversão e fontes de tráfego implementando códigos de rastreamento em links de campanhas de marketing para avaliar o desempenho de diferentes canais. Isso ajuda a identificar quais estratégias são mais eficazes. Monitore também, as vendas por promotores, lotes, ambientes, tipo de ingresso, meio de pagamento, entre outros, para afinar sua estratégia de promoção.

Feedback dos participantes: Acompanhe a conversa sobre seu evento nas redes para entender a recepção do público, se e como os participantes estão comprando ingressos, e colete feedback dos participantes após a compra de ingressos. Isso não apenas fornece informações valiosas, mas também ajuda a medir a satisfação e expectativas do público.

Avaliação de Retorno sobre Investimento (ROI): Calcule o ROI das suas campanhas de marketing. Avalie o custo da campanha em relação ao número de ingressos vendidos para determinar a eficácia, intensificando seus investimentos nos canais que trazem os maiores resultados!

CAPÍTULO 4

INCREMENTOS DE VENDAS

Às vezes precisamos de um empurrãozinho a mais para alcançar todo o potencial de venda do nosso evento

ESTRATÉGIAS PARA REFORÇAR AS VENDAS

Estabeleça cronogramas e utilize a escassez a seu favor:

Comunique de maneira transparente sobre as mudanças de preços e as viradas de lote. Informe os participantes sobre os benefícios de comprar antecipadamente. Isso cria um senso de urgência e incentiva as pessoas a comprarem mais cedo para garantir preços mais baixos, destacando a disponibilidade limitada e criando um senso de exclusividade.



Ofertas especiais para grupos: Crie ofertas especiais para grupos, como descontos para a compra de múltiplos ingressos. Isso pode estimular a participação em grupo e aumentar as vendas.

Busque novos influenciadores e promoters:

O mercado de influência está em constante mudança, com novos influenciadores surgindo a cada dia e novos públicos sendo definidos com eles. Trabalhe influenciadores que conversem de forma tangencial com seu evento ou nicho para alcançar ainda mais públicos novos!

Anuncie suas atrações gradativamente: Incentive públicos diferentes com atrações variadas sendo anunciadas em dias diferentes ou conforme os lotes viram. Assim, o público pode enxergar cada vez mais valor em seu evento, favorecendo a compra dos ingressos.

Anuncie em outras plataformas: TikTok e YouTube também são plataformas viáveis para anúncios de eventos! Combine a mídia paga em plataformas menos saturadas com conteúdo de alto engajamento, feito pelos influenciadores mais criativos, para ter resultados inesperados e dar uma cara única para a comunicação do seu evento.

Ao combinar **estratégias de marketing** eficazes, **análise de dados** e uma **abordagem estratégica para viradas de lote**, você pode otimizar a venda de ingressos e garantir uma experiência positiva para os participantes do seu evento!

CAPÍTULO BÔNUS 1

ANGARIANDO RECURSOS PARA SEU EVENTO

Separamos para vocês algumas estratégias para angariar recursos, trabalhar seu fluxo de caixa e ter muito mais estabilidade ao produzir seu evento!

ANGARIANDO PATROCÍNIO

Outra maneira de trabalhar seu fluxo de caixa, garantir experiências, divulgação e ainda ganhar a confiança do público, é conquistando patrocinadores para seu evento. Para ter sucesso nessa busca, é imperativo adotar estratégias eficazes que destacam a relevância do evento e garantem a participação de patrocinadores em potencial. Esse relacionamento deve começar com uma apresentação de dados fundamentados que destaquem a relevância do seu evento e o potencial do seu público para aquela marca. Aqui, a relatoria de dados de uma boa plataforma de ingressos pode trazer muito valor para a sua proposta, mostrando para as empresas não só a quantidade de ingressos que já foram vendidos e previsões de público, mas

também atrelando insights de público como idade, padrões e preferências de consumo.

Ao considerar patrocinadores, faça questão de ter transparência nas negociações, principalmente se tratando das contrapartidas, com uma estratégia de divulgação bem elaborada que destaca como o nome dos patrocinadores será promovido durante o evento, incluindo o público-alvo, canais de marketing e o período da campanha. A negociação deve evidenciar retorno de marca, visibilidade e oportunidades de negócios para o patrocinador, e ser firmada com contratos detalhados que podem ser honrados por ambas as partes.

CAPÍTULO BÔNUS 2

DESCUBRA O PODER DOS DADOS

Os dados de perfil fornecidos pelas ferramentas de BI das plataformas de ingressos trazem informações demográficas e comportamentais sobre seu público-alvo. Ao analisar esses dados, você pode obter insights valiosos para entender melhor quem são seus clientes ou seguidores e personalizar suas estratégias de marketing de acordo.



Conheça seu público: Além de analisar os dados de audiência provenientes de mídia paga, uma estratégia complementar é cruzar essas informações com dados de venda de ingressos, permitindo uma compreensão mais abrangente do seu público. Ao traçar perfis de consumo, expectativas de lotação e padrões de gastos, você obtém insights valiosos que vão além do alcance superficial. Os relatórios detalhados fornecidos pelas plataformas de ingressos possibilitam a identificação não apenas da idade, mas também das preferências e comportamentos específicos do seu público-alvo. Essa abordagem aprofundada não apenas fortalece a compreensão do perfil demográfico, mas também abre novas oportunidades para estratégias de comunicação mais direcionadas e o estabelecimento de parcerias mais alinhadas com as necessidades e interesses do seu público. Esses dados refinados são essenciais para aprimorar a tomada de decisões, melhorar a experiência do público e maximizar os resultados do seu evento.

Adequando seu negócio: Conhecendo seu público, é possível fazer mudanças à estrutura do seu evento e à sua equipe. A previsão de lotação e o entendimento dos padrões de consumo auxiliam na gestão de estoque de produtos e serviços, evitando escassez ou excesso. Sua equipe também pode ser melhor alocada conforme as expectativas de público, contribuindo para uma operação mais eficiente e satisfatória para os participantes. Também é possível utilizar os dados demográficos para refinar suas estratégias de marketing, segmentando anúncios e mensagens promocionais com base nas características específicas do seu público-alvo para aumentar a relevância e a eficácia da comunicação, resultando em uma maior taxa de conversão. E, caso seja identificada uma desconexão ao analisar padrões de gastos e preferências de compra, é possível ajustar estrategicamente os preços dos ingressos e oferecer tipos de ingressos que correspondam melhor às expectativas e capacidade financeira do público, otimizando a receita do evento.

Criando possibilidades com dados: Entender seu público abre portas para novas possibilidades. Cruzando os dados demográficos, é possível embasar ofertas de parceria e patrocínio com base nos padrões de consumo (por exemplo, públicos mais jovens tendem a preferir destilados), revelando as marcas certas com quem trabalhar para tornar seu evento um sucesso. Esses dados também podem ser utilizados para criar mensagens personalizadas em diferentes estágios do evento, desde a prévia comunicação de marketing até o pós-evento, fortalecendo o engajamento. E as preferências de público bem compreendidas permitem experiências personalizadas para os participantes, incluindo desde a oferta de opções de entretenimento, alimentação e atividades alinhadas com os interesses identificados, criando uma atmosfera mais envolvente e satisfatória. Estamos na era dos dados, e as possibilidades só crescem!

CONCLUSÃO



Chegamos ao ponto final da nossa jornada no “Guia Definitivo da Venda de Ingressos”!

Ao longo desses capítulos, exploramos desde o planejamento inicial até estratégias avançadas para impulsionar suas vendas, mergulhando nas complexidades da organização de eventos e proporcionando insights práticos para cada fase do processo de venda de ingressos.

A venda de ingressos não é apenas um processo transacional; é a porta de entrada para o seu público, influenciando diretamente sua percepção e expectativas. Compreender o valor dessa etapa e aproveitar todo o seu potencial é fundamental para o sucesso do seu evento.

Reforçamos também a importância de encontrar um verdadeiro parceiro do sucesso do seu negócio que te ajude a aprimorar sua operação, encantar seu público com uma experiência única e obter insights que aumentem suas vendas.

Boa sorte em seus futuros empreendimentos no mercado de eventos, e que cada ingresso vendido seja um passo em direção à momentos extraordinários entre você e seu público!



CONHEÇA A ZIG

A Zig é a solução escolhida pelas maiores operações de casas e eventos do Brasil e do mundo.

Nosso compromisso é fazer o mercado do entretenimento ao vivo prosperar por meio de soluções tecnológicas, da venda de ingressos até a gestão do seu negócio. Por isso, nosso time de especialistas multidisciplinares trabalha dia e noite para oferecer a melhor solução para cada evento, independente do porte, da venda dos ingressos ao fechamento do caixa.

Entre os **+20 mil eventos realizados** estão grandes nomes como:





TEM UM EVENTO EM 2024?

*Clique aqui para falar com um especialista Zig e descubra
como a nossa plataforma pode te ajudar a vender mais.*

