

DOSSIER SPÉCIAL

L'abonnement

On utilise des billets pour assister à des événements depuis des millénaires. À l'époque romaine, les spectateurs recevaient des billets pour des sections et des rangées numérotées. Contrairement à la vente de places à l'unité, les abonnements sont un phénomène relativement récent. L'implication des gouvernements dans la création de ministères ou d'organismes dédiés à la culture (1957 au Canada, 1959 en France et 1961 au Québec) a permise aux compagnies de théâtre de présenter, de façon permanente, des séries annuelles de spectacles. Dès lors, le terreau était fertile pour la vente d'abonnements.

Un abonnement est une entente entre un spectateur et un organisme culturel ou de loisir qui permet au spectateur d'assister à une série d'événements regroupés dans une saison. Les abonnements sont vendus des semaines, voire plusieurs mois avant la tenue de la première représentation, et peuvent comprendre plusieurs services. Ils sont avantageux tant pour les organismes que pour ceux qui les achètent.



Un organisme peut avoir plusieurs raisons de vendre des abonnements. Du point de vue de la trésorerie, la vente d'abonnements est souvent salvatrice : elle permet à l'organisme d'encaisser, des mois à l'avance, d'importantes sommes d'argent. De plus, ce dernier a la garantie d'avoir des « fonds de salle » pour tous ses spectacles. Ainsi, même si un spectacle a de mauvaises critiques ou de mauvaises ventes, les abonnés occupent une partie des fauteuils de la salle et les artistes n'ont pas à jouer devant des salles vides.

Pour les abonnés, l'avantage classique de s'abonner est d'avoir la possibilité d'acheter des billets à prix réduit. D'un autre côté, des études récentes démontrent que l'économie de quelques dollars a peu ou pas d'importance pour une partie de la clientèle. Afin d'accroître les ventes, il est important de connaître les motivations des clients. En effet, au-delà des économies qu'ils peuvent faire, les clients peuvent avoir plusieurs motivations qui les incitent à s'abonner. Avec la vie mouvementée d'aujourd'hui, certains sont intéressés par l'idée d'être obligés de sortir. D'autres indiquent qu'ils ne s'abonneraient jamais si l'organisme ne permettait pas d'échanger leurs billets pour une autre date dans le cas où un imprévu les empêcherait d'assister au spectacle à la date

prévue. Certains veulent avoir la garantie d'avoir des places pour les spectacles qui connaîtront le succès. Ainsi, la plupart des organismes offrent une série de services avec chaque abonnement. Le service le plus fréquent consiste à offrir le même fauteuil pour chacun des spectacles de l'abonnement.

La connaissance des motivations de la clientèle est très importante pour l'identification des services à inclure dans les formules d'abonnement.

Sans logiciel de billetterie, la vente d'abonnements est un exercice complexe qui peut vite tourner au cauchemar, surtout si aucune méthode rigoureuse n'est appliquée.

Certains logiciels de billetterie permettent la vente d'abonnements selon la formule classique où l'abonné a le même fauteuil pour tous les événements de l'abonnement. D'autres logiciels de billetterie permettent de créer des formules d'abonnements plus complexes, où l'abonné peut choisir les dates de certains spectacles et où l'abonnement peut comprendre des stocks (disques, affiches, etc.) ou des services supplémentaires (la possibilité d'échanger ses billets contre une autre date, par exemple). Avant de choisir un logiciel de billetterie, il est très important de s'assurer qu'il sache gérer les types d'abonnements que l'on veut vendre.

Dans le prochain numéro de *Boxxo nouvelles*, prévu pour avril 2009, nous vous proposerons un dossier intitulé *Maximisez vos revenus*. Vous y trouverez une foule de conseils qui vous aideront à augmenter les revenus de votre billetterie.

Si vous avez des commentaires, des suggestions, ou si vous aimeriez participer au prochain numéro de *Boxxo nouvelles*, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Bonne lecture!

La fidélité des abonnés

Les abonnements forment un excellent moyen pour mesurer la fidélité de vos clients. Il ne faut cependant pas croire que la fidélité de votre clientèle se mesure par votre pourcentage d'abonnés : il y a des abonnés infidèles comme des non abonnés très fidèles. Les abonnés se divisent en deux : la catégorie « satisfaction » et la catégorie « confiance ».

Dans la **première catégorie**, on retrouve les abonnés globalement **satisfaits** du système actuel.

Ces clients sont habituellement sensibles aux tarifs réduits et aux avantages qui leurs sont offerts. D'autre part, la réputation de votre organisme ne leur importe pas autant que celle des spectacles ou des artistes. Ils sont habituellement sensibles à la critique et peu tolérant devant vos échecs. Ces abonnés apporteront donc une stabilité à votre organisme, sans pour autant vous être fidèles. Voilà pourquoi il faut leur offrir des prix soldés et bien leur faire comprendre les avantages qui s'offrent à eux.

Les organismes ayant une programmation artistique avec des valeurs sûres peuvent attirer et conserver ce type d'abonnés.



Dans la **deuxième catégorie**, on retrouve les abonnés qui ont **confiance** en vos choix artistiques et qui y adhèrent.

Devant un mauvais spectacle, ces clients demeureront fidèles et feront même des suggestions pour éviter les erreurs commises. Ils seront loyaux et insensibles aux mauvaises critiques tant et aussi longtemps qu'ils auront l'impression d'être engagés dans votre mission artistique. Ainsi, un abonnement devrait toujours inclure des services connexes aux clients, tels que des rencontres avec le metteur en scène ou les artistes, la possibilité de visiter les coulisses du théâtre ou de donner leur avis sur les futures programmations artistiques. Ces abonnés, qui sont très fidèles et peu sensibles aux rabais tarifaires, sont ravis de participer à la mission de l'organisme. Ils veulent être perçus comme des alliés et des partenaires.

Les organismes ayant des programmations artistiques risquées devraient cibler ce type de clientèle.

La fidélisation de la clientèle est un facteur souvent négligé ou mal compris des organismes. Pourtant, il est tout à leur avantage de ne pas la mettre de côté. Il est d'ailleurs prouvé que conserver un client coûte jusqu'à onze fois moins cher que d'en trouver un nouveau.

Les abonnements avec les logiciels Boxxo

Boxxo Classique a la réputation d'être une référence en matière de simplicité et d'efficacité. Pour gérer des abonnements fixes, soit des abonnements dont les spectacles et les représentations sont connus à l'avance, Boxxo Classique est l'outil parfait. Il permet de créer des abonnements composés de plusieurs spectacles en quelques secondes.

Lors de la vente, vous n'avez qu'à choisir les places depuis un plan de salle graphique et Boxxo Classique recherchera pour vous, en un rien de temps, les mêmes places pour tous les spectacles de l'abonnement. On peut ainsi vendre des dizaines de places avec peu de clics de souris et ce, en quelques secondes.

Boxxo Alliance permet de gérer des abonnements complexes. Il permet de déterminer la quantité minimale de spectacles composant l'abonnement, d'indiquer que tel ou tel spectacle est obligatoire et de laisser à l'abonné la possibilité de choisir les autres spectacles complétant son abonnement. Boxxo Alliance vous offre aussi la possibilité d'exclure des dates de représentations que vous ne voulez pas offrir en abonnement ou d'inclure dans vos abonnements la vente de stocks (disques, livres, affiches, etc.) ou de produits datés (places de stationnement, vestiaire, etc.). Vous pourrez même indiquer quels modes de paiement pourront être utilisés pour payer les abonnements. De plus, vous aurez la possibilité d'indiquer que tel mode de paiement (Visa Desjardins, par exemple) sera le seul accepté entre telle et telle date. Ces possibilités permettent de faire des partenariats d'affaire et, par le fait même, de rechercher de nouvelles sources de revenus.

Boxxo Alliance

D'une richesse fonctionnelle inégalée, le logiciel de billetterie Boxxo Alliance vous permet d'être totalement autonome et maître de vos idées. Être autonome ne veut pas dire être seul. Boxxo Alliance permet de créer un réseau d'organismes interreliés. Chaque organisme conserve le contrôle complet de ses opérations et peut permettre à d'autres organismes de vendre, sous certaines conditions, ses propres places.

Véritable outil de vente et d'analyse, Boxxo Alliance sait gérer des stocks (disques, affiches, etc.), des produits datés (vestiaire, places de stationnement, etc.), des abonnements de toutes sortes, l'émission et le suivi de certificats cadeaux, et, bien sûr, la vente de billets à l'unité.

Une incroyable quantité de rapports, tous exportables vers Excel ou Word, vous permettent d'analyser vos données. De plus, Boxxo Alliance permet d'intégrer, à même les menus du logiciels, les rapports que vous pouvez fabriquer avec la presque totalité des générateurs de rapports (Crystal Report ou Excel, par exemple).

Report d'abonnements

Un report d'abonnement permet de réserver les places d'un abonné d'une saison passée vers une saison future. On peut le faire manuellement, client par client, ou automatiquement avec le module de report d'abonnement de Boxxo Alliance.

Ce module permet le report d'abonnement de type classique où l'abonné aura le même fauteuil pour tous les événements de l'abonnement. Dans le menu Conception > Abonnement > Report, on retrouve les trois options suivantes : Report des contrats d'abonnements; Report des abonnées (création des réservations sur la saison suivante); et Exportation des données dans un fichier texte pour le publipostage.

L'option du report des contrats d'abonnements effectue la création des nouveaux contrats d'abonnements avec leurs spécificités : code et libellé du contrat, date et heure de début et de fin des ventes, tarif utilisé, frais liés à l'abonnement, mise en page du billet, nombre maximal de billet par commande et, la plus importante, l'équivalence des familles d'événements et des représentations de la saison passée à la saison future. Il n'est pas nécessaire de créer de nouveaux contrats d'abonnement à l'avance, ceux-ci étant automatiquement créés avec cette option.



Boxxo Alliance propose plusieurs solutions vous permettant de vendre de la publicité. Par exemple, il peut exister des dizaines de mises en page de billets pour chaque représentation et chacune d'entre elles peut contenir plusieurs logos ou photos. Il est ainsi possible d'avoir un commanditaire pour les ventes faites par téléphone, un pour les abonnements, un pour le tarif VIP ou encore un autre pour les gens assis dans une section précise de la salle.

Pour plus de détails sur Boxxo Alliance consultez le site <http://www.boxxo.info/alliance.htm>



L'option du report d'abonnement effectue la réservation des places en créant une commande de type « réservation » contenant les mêmes places que l'abonnement de l'année précédente, avec de nouveaux contrats d'abonnement et de nouvelles représentations.

Lors du report, on peut également ajouter une date de fin de renouvellement afin de permettre la libération en lot des réservations non complétées.

Il est possible de reporter un ou plusieurs contrats d'abonnement à la fois, selon notre préférence. De plus, lorsque le report est terminé, un rapport est créé avec des détails sur les abonnements portant des codes d'erreur : Place non disponible; Tarif et/ou catégorie et/ou prix inexistant; Place inexistante; et Commande annulée.

Finalement, l'option de l'exportation des données dans un fichier texte pour le publipostage rassemble toutes les informations pertinentes à la création d'une lettre personnalisée de renouvellement : nom, prénom, nom du contrat d'abonnement, tarif des abonnements, section, rangée et siège, etc.

Le report d'abonnement, ça vous simplifie vraiment la vie.

La « théorie de l'évolution »

Il serait impensable aujourd'hui de traiter nos abonnements sans l'aide d'un logiciel. C'était pourtant le cas il y a 30 ans, alors que l'informatique ne faisait pas encore partie de notre quotidien. Les plus jeunes peuvent à peine imaginer comment on pouvait quand même y arriver.

Des formulaires d'abonnement dactylographiés un à un, nous sommes passés à l'impression en lot grâce à la nouvelle technologie, qui allait changer toute notre méthode de travail.

Au début, nous ne disposions que d'un ordinateur et d'un logiciel maison qui nous permettaient d'imprimer nos formulaires, nos registres de places ainsi que quelques rapports rudimentaires. Puis, au fil des années, des améliorations ont été apportées. Mais nous avons vite senti les limites de notre logiciel. C'est alors que nous avons décidé de contacter une équipe spécialisée qui travaillait sur ce type de projet. C'est à ce moment qu'est né, je crois, le premier logiciel qui répondait aux besoins des compagnies qui vendent des abonnements de théâtre.

L'implantation ne fut pas de tout repos mais nous avons quand même utilisé cet outil pendant quelques années jusqu'à ce que la Place des Arts nous propose une autre

génération de logiciel plus flexible et plus performant. Encore là, nous avons eu à traverser une période d'adaptation qui a causé des maux de tête autant aux programmeurs qu'aux utilisateurs. Nous avons maintenant atteint avec ce logiciel une stabilité et une efficacité qui nous facilitent grandement la tâche.

Il faut savoir que nous présentons 5 pièces par saison et que chacune de ces pièces est présentée 36 fois dans une salle de 747 places. Ça fait donc beaucoup de billets à vendre et beaucoup de gens à satisfaire. Heureusement que nous pouvons maintenant accéder rapidement au dossier de chacun de nos abonnés et que le service s'en trouve bonifié. La technologie ne cessant d'évoluer, nous imaginons que l'avenir nous réserve encore de nouvelles façons toujours plus efficaces de traiter nos données.

Enfin, il ne faut pas oublier qu'un bon service à la clientèle, un accueil chaleureux et un personnel compétent, ça n'a pas de prix... pour tout le reste, il y a Boxxo.

Monique Brunelle
Responsable des abonnements
Compagnie Jean Duceppe
Janvier 2009



L'équipe Boxxo s'est réunie avant les Fêtes pour un dîner de fondues : chinoise, bourguignonne, au fromage et au chocolat! Vous verrez, de gauche à droite: Ardian, Olivier, Raymond, Serge, Karine, Lou, Pedro, Bernard et Laurence.

Boxxo

La société Boxxo a pour mission de créer des logiciels de billetterie pour les organismes culturels, sportifs et de loisirs.

8, boulevard Saint-Joseph Est, Bureau 200
Montréal (Québec) H2T 1G8

www.boxxo.info

Personne-ressource : Pedro Oliveira
Tél. : 514.495.1711, poste 104
Télec. : 514.495.9725
Courriel : poliveira@boxxo.info