



Welkom!

publiq

Forum

**De cruciale rol van online
voor museumPASSmusées
8/12/2020**

Goedemiddag!



FREDERIK WELSLAU
marketing manager museumpas



maak het mee

Welkom, met wie heb ik de eer?

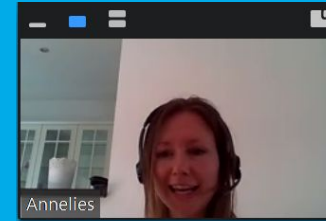
Schrijf je naam en organisatie in de chat



maak het mee

Spelregels & verloop

- Zet 'speaker view' aan bij slides
- 'gallery view' als er geen slides zijn
- Side-by-side mode – schuiven met het beeld (slides – sprekers)



maak het mee

Spelregels & verloop

- Heb je vragen? Plaats ze in de chat – Q&A
- Opname voor verslag



maak het mee

Spelregels & verloop

- Je microfoon staat automatisch af.
- Camera aan
- Klik op 'unmute' om iets te zeggen



maak het mee

Programma

- Over de museumpas & publiq
- Centrale vragen
 - Welke rol speelt **digitaal** bij de museumpas?
 - Hoe hebben wij een project van **marketing automation** aangepakt?
 - Hoe kan jij dat aanpakken binnen de context van **jouw organisatie**?

Poll

Ken jij de museumpas?

- ❑ ik heb er één, dus ken het maar al te goed!
- ❑ ik ken het concept maar heb (nog) geen pas
- ❑ daar heb ik nog nooit van gehoord
- ❑ is dat niet zo'n kaart voor toeristen?

A close-up photograph of a hand holding a bright pink rectangular card. The card has the text "MUSEUM PASS MUSÉES" printed in bold, black, sans-serif capital letters. The hand holding the card is on the left, with a gold ring on the ring finger. Another hand is visible on the right, palm up, with a silver ring on the ring finger. The background is a blurred red brick wall.

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

In september 2018 werd de museumpas gelanceerd



120

deelnemende musea



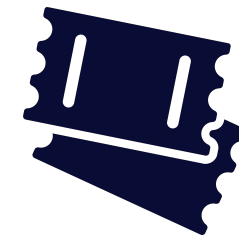
6.000

verkochte museumpassen (VVK)



192

tentoonstellingen op dat moment



0

museumbezoeken

September 2020: 2 jaar na de lancering



183

deelnemende musea



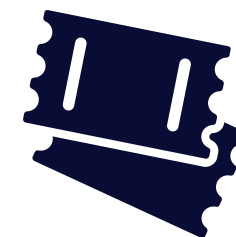
150.000

verkochte abonnementen



240

tentoonstellingen op dat moment



600.000

museumbezoeken

We hebben 3 verkoopkanalen



Online: digitale samenleving



Musea: coöperatieve vennootschap
door & voor de musea



B2B partners: geschenk werknemers
en extra distributiekkanalen

Poll

Welke rol vervult publiq voor de museumpas?

- ❑ oprichter van het project
- ❑ dienstverlener
- ❑ euh, geen idee
- ❑ oprichter, aandeelhouder, dienstverlener *all in one*

publiq vervult 3 rollen voor museumpas



DRAAGMOEDER

initiator van museumpas:
volledige
productontwikkeling, van
concepting tot lancering.



AANDEELHOUDER

coöperatieve
vennootschap waarvan
publiq één van de vier
aandeelhouders is.



LEVERANCIER

publiq blijft leverancier
van allerlei diensten
zoals marketing, data,
systeemontwikkeling, ,...

**Onze uitdaging:
Hoe op maat
communiceren naar
zoveel pashouders?**

Hoe hebben wij dit aangepakt?

Definiëren van de doelstelling:

pashouders vragen hun **abonnement** te **verlengen**, rekening houdend met:

- **Activatie** (gebruik)
- **Communicatie op maat**, los van instapmoment
- **Schaalbaarheid** zonder workload te vergroten



Onze oplossing: **marketing automation**

Concreet: een email flow gebaseerd op het RFM model



Poll

RFM staat voor:

- ❑ Read a Friend's Mind
- ❑ Rice, Fries, Meatballs
- ❑ Recency, Frequency, Monetary value
- ❑ Ready, Fire, Measure



Email flow gebaseerd op RFM:



- **Recency**
Hoe lang is het geleden sinds pashouder museum bezocht ?
- **Frequency**
Hoe vaak ging pashouder op museumbezoek ? Hoe lang nog voor zijn museumpas vervalt? ...
- **Monetary value**
Hoeveel verdiende de pashouder al terug door de museumpas te gebruiken (gebaseerd op ticketprijzen musea)

dat zijn dus de triggers die onze automatische mails in gang zetten met als doel activatie & retentie

5 tips om zelf aan de slag te gaan

Stap 1: Vertrek vanuit de beleving van je klant



Die zit bijvoorbeeld met deze vragen of **verwachtingen**:

- Ik wil een **bevestiging** krijgen na m'n bestelling
- Ik wil een week voor het concert een **reminder** ontvangen met praktische info
- Ik ging vorig jaar naar Bart Peeters kijken en wil dat weten als er dit jaar **opnieuw** een optreden gepland staat
- ...

Bij museumpas: eerst gebruiken, dan verlengen



We geven standaard inspiratie in **tweewekelijkse nieuwsbrieven**.
Die hebben hele goede resultaten en we blijven er dus sterk op inzetten.



Maar sommige pashouders hebben een **extra duwtje** in de rug nodig:

- Ze gebruikten hun museumpas bijvoorbeeld nog nooit
- Ze gingen eerst vaak naar musea maar zijn nu ingedommeld
- ...



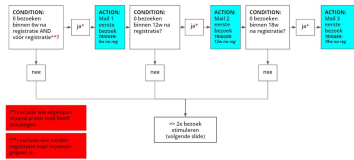
Anderen naderen het einde van hun abonnementsjaar en willen we doen **hernieuwen**

Bij museumpas leverde dat een e-mail flow op voor **activatie** en **retentie**



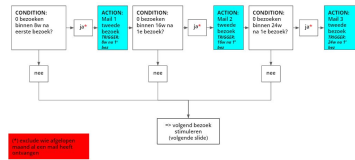
activatie

BLOCK A1: 1e bezoek



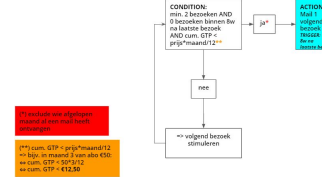
+

BLOCK A2: 2e bezoek



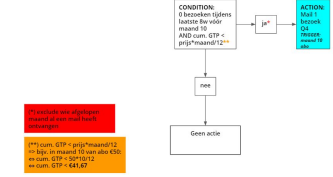
+

BLOCK A3: volgend bez.



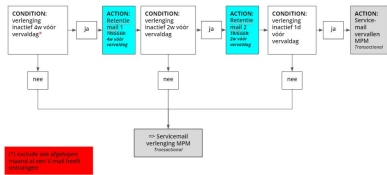
+

BLOCK A4: bezoek Q4



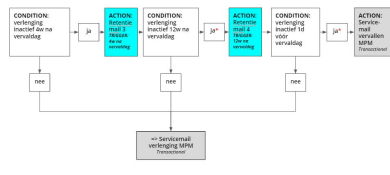
retentie

BLOCK R1: vóór vervalddag



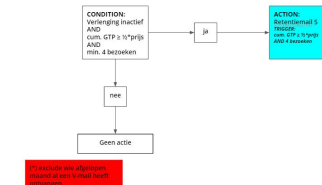
+

BLOCK R2: na vervalddag



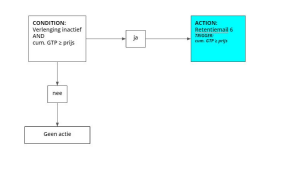
+

BLOCK R3: milestone 1

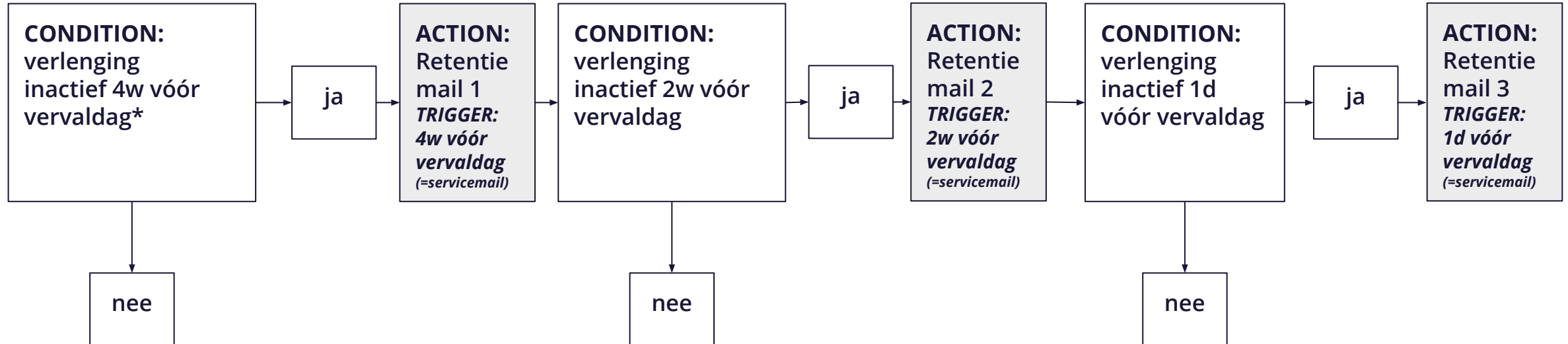


+

BLOCK R4: milestone 2



Voorbeeld in detail: BOUWBLOK **retentie** stimuleren vóór vervalddag



Straks zien we dat het niet noodzakelijk zo complex hoeft te zijn. Je kan ook kleiner beginnen.

Stap 2: zorg voor duidelijke, heldere & service-minded copy



activatie

Collecties die je verrassen

Dag {{var:PASSHOLDER_firstname}},

Misschien wil je wel eens wat anders dan een museum met schilderijen en sculpturen. Wist je dat heel wat van onze musea je kunnen boeien met andere soorten collecties?

Kies een museum over ...



Wetenschap



Design



Geschiedenis



Architectuur



Literatuur



Mode

Zelf een selectie maken?

Toon alle {{var:museum_count}} collecties in een overzicht ›

retentie

Nog één dag korting!

Dag Sofie,

Niet getreurd omdat je museumpas morgen vervalt. Hernieuw nu makkelijk online je museumabonnement, en je krijgt opnieuw 165 gratis musea, een heel jaar lang. Nog enkele uren voor 45 euro in plaats van 50 euro.

Hoe profiteer je langer van je museumpas?

1. Meld je aan op 'Mijn museumpas'
2. Klik op 'Hernieuwen'.
3. Regel je betaling of je doorlopende opdracht.
4. Je nieuwe abonnement start vanzelf wanneer je huidige afgelopen is.

Laatste kans: hernieuw met korting ›

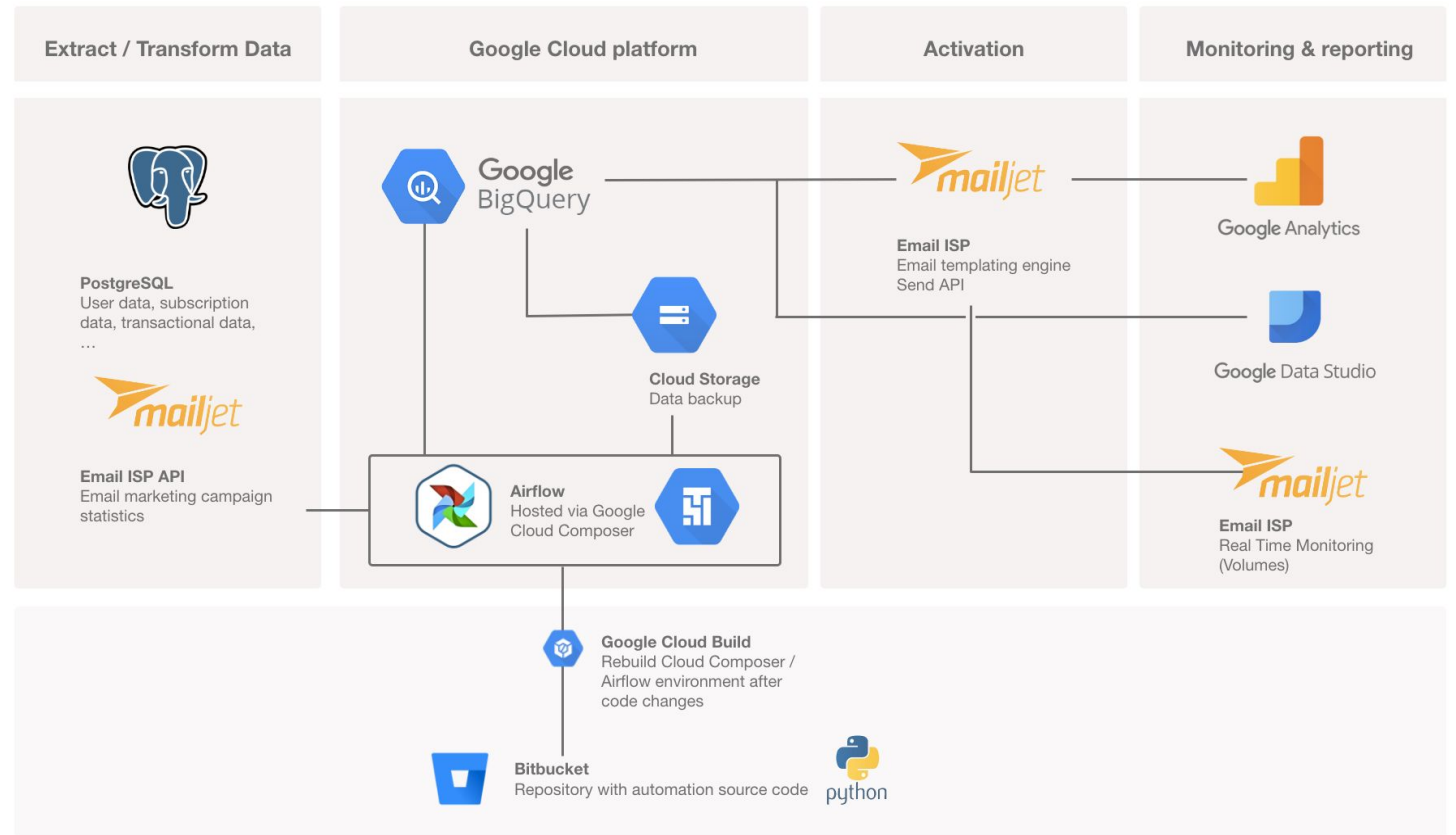
Customer feedback:
"Bedankt om me eraan te herinneren!"

Stap 3: denk je flow technisch uit



Bij museumpas is het een complexe flow omdat we data uit verschillende bronnen halen & kruisen

Het kan ook eenvoudiger.



Stap 3: denk je flow technisch uit



- Voorbeelden van een eenvoudiger flow:
 - baseer je enkel op je ordersysteem, dat is straight to the point
 - of bekijk welk CRM systeem of ticketingsysteem je hebt en wat daar al standaard in vervat zit qua mogelijkheden

Welke automation hebben jullie al?

- Geef in de **chat** weer welke mails jullie al automatisch uitsturen, bijvoorbeeld orderbevestiging, ...

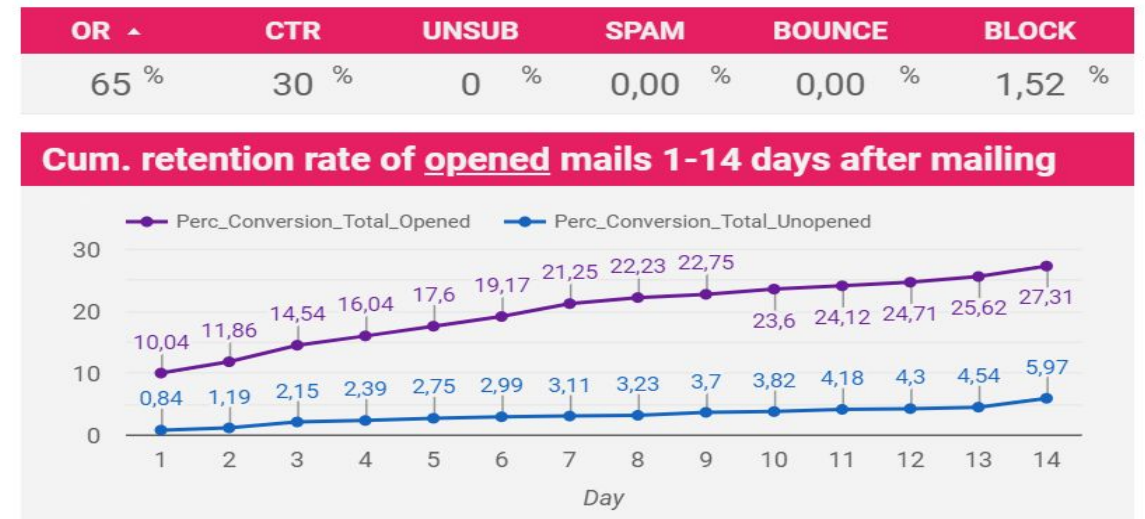
Stap 4: Weet (& meet) waarom je het doet



Dat hoeft niet in real time te zijn, maar je wilt wel weten welke impact je hebt.
bv. na het concert van Bart Peeters de databases in excel kruisen om verschillen te zoeken

Bij museumpas dashboards met o.a.:

- Hoge open rates & click through rates
- Wie mails opent, hernieuwt beduidend meer



Stap 5: Begin klein en hou het overzicht



- Als je veel parallel gaat doen riskeer je het **overzicht** te verliezen
- Je klant gaat dan bovendien een **overload** aan berichten krijgen
- Pas je aan aan het **momentum** en hou de context van je klant in het achterhoofd
 - bv tijdens lockdown geen activatiemails sturen
 - bv na geannuleerd evenement geen evaluatieformulier sturen

Wat onthouden na vandaag ?

Ongeacht de grootte van je organisatie, kan je **schaalbaar en doelgericht communiceren via marketing automation**. Gebruik daarbij deze tips:



vertrek vanuit de **klant**



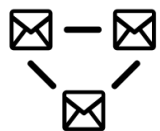
zorg voor duidelijke, **heldere teksten**



denk je **technische flow** uit, dat kan ook eenvoudig



Meten is weten - meet de impact van je communicatie



Hou het **overzicht** zodat je je aan de context kan aanpassen

SCHENK EEN JAAR
VOL BELEVING

TIJDELIJK
GRATIS
CADEAU-
VERPAKKING!



**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

Zijn er nog vragen?



Chat

jane van...

From [Julie Van Craen](#) to [Everyone](#): 02:58 PM
welk mailingsysteem/integratie gebruiken jullie eigenlijk? Moeten binnenkort vernieuwen, kan interessant zijn als dit meteen allemaal geïntegreerd is.

From [ingrid.laureys - Mortsel](#) to [Everyone](#): 02:59 PM
ben ik nu echt de oudste deelnemster?

From [Frederik Bastiaensen - publiq](#) to [Everyone](#): 02:59 PM
We delen de presentatie na het publiqForum. Daarin kan je de technische setup rustig bekijken.

From [Caroline - publiq](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
dat lijkt maar zo :-D

From [Veerle CC De Abdij](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
Bedankt voor de vlotte uiteenzetting, het was heel interessant!

From [Hannes](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
Bedankt Frederik, goeie en interessante sessie!

From [Caroline I cc Het Bolwerk](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
Super, bedankt voor de info!!

From [Inez CC De Werf Aalst](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
Bedankt!

From [Charlotte Lippens - Museum Nati...](#) to [Everyone](#): 03:00 PM
Erg bedankt!

To: [Everyone](#) ▾

Type message here...

Bedankt!

frederik.welslau@publiq.be



maak het mee

Nu jullie!

Wat neem jij mee van vandaag?

5 minuten uitwisselen
Noteer daarna kort in de chat



maak het mee