

COVID-19: 7 façons de générer des revenus pour votre organisation

5 MIN READ



Vos clients fidèles et votre communauté souhaitent soutenir votre organisation en ces temps difficiles. La santé de votre entreprise est importante, il est donc essentiel d'aller au-delà de la [mobilisation du public](#) afin de monétiser cette relation. Cela peut sembler difficile car vous n'avez aucun événement à vendre à court terme, mais vous pouvez faire beaucoup d'autres choses en attendant. Voici sept idées pour continuer de générer des revenus.

1. Cartes-cadeaux

Il n'est pas surprenant que les cartes-cadeaux soient en tête de liste. En plus d'être un excellent moyen pour les clients de soutenir les organisations qu'ils aiment, elles reçoivent instantanément l'argent.

Chaque fois que vous vendez une carte-cadeau, vous servez deux clients: la personne qui l'a achetée et la personne qui l'a reçue. Cela permet de conquérir de nouveaux clients. Comment? Le destinataire n'est peut-être pas un client actuel. Ou peut-être qu'ils n'ont pas visité votre salle de spectacle récemment. Grâce à la carte-cadeau, ils viendront lorsque vous ouvrirez vos portes à nouveau.

Quand il est temps de les échanger, les cartes-cadeaux peuvent également amener les clients à dépenser plus qu'ils ne le feraient habituellement. Par exemple, si un client achète des billets pour un événement à l'aide d'une carte-cadeau, il est plus susceptible de dépenser de son propre argent pour d'autres produits, comme des achats au bar, un programme ou à la boutique. La carte-cadeau est un cadeau qui en génère d'autres – pour votre organisation!

Vous pouvez également offrir des cartes-cadeaux à valeur ajoutée – les clients paient un prix maintenant, puis reçoivent plus à une date ultérieure. Ceux-ci peuvent être achetés en ligne afin que les clients puissent vous démontrer leur soutien sans avoir à quitter leur domicile.

2. Adhésions

Une autre façon pour les clients de démontrer leur fidélité consiste à devenir membre. Pourquoi ne pas envisager 15 mois pour le prix de 12, avec une adhésion s'activant une fois que votre salle rouvrira? Ceci est bénéfique pour votre organisation car l'argent continue de rentrer et pour le client car il s'engage envers

vous.

3. Marchandises

Nous vivons des moments uniques. Rien n'est comme d'habitude, y compris les ventes de marchandises. Cela ne signifie pas que vous devez arrêter de vendre simplement parce que votre salle est fermée et que le traitement des commandes peut prendre plus de temps qu'à l'habitude. Il est plus important que jamais d'être transparent sur les délais, d'autant plus qu'ils sont s'ils sont incertains.

Vous pouvez également trouver des manières créatives de générer des ventes. Envisagez de concevoir des articles uniques qui inciteront vos clients à dépenser leur argent aujourd'hui. Vous connaissez mieux votre public. De quoi auraient-ils besoin, surtout s'il n'était disponible qu'en quantités limitées?

4. Diffusion en direct

De nombreuses organisations ont déplacé leurs événements en ligne pour continuer à mobiliser leur public. Au lieu de revoir une autre saison d'une émission quelconque sur Netflix, offrez-leur une expérience dont ils ont envie pendant qu'ils sont coincés à la maison.

Ce contenu n'a pas à être gratuit. Plus que jamais, vous devez donner à vos fidèles clients une bonne raison de dépenser de l'argent chez vous. Vous pouvez également envisager de demander un don en échange du déverrouillage du contenu ou de vendre des billets pour des diffusion en direct en utilisant le modèle de paiement de votre choix.

5. Programmes éducatifs et apprentissage

Votre équipe possède de l'expérience, une expertise et des informations qui intéressent sans aucun doute les autres. Il a plusieurs manières de monétiser cette connaissance qui anime votre organisation.

Les gens sont chez eux et veulent être divertis et enrichir leurs connaissances. Pouvez-vous créer une série de cours en ligne et disponible sur demande? Qu'en est-il de la programmation éducative pour enfants, pourquoi pas former un groupe pour créer et mettre en scène une pièce de théâtre en une journée? Ou, un ensemble acapella en ligne ou un groupe virtuel qui apprend les fondements de l'écriture de chansons pour ensuite enregistrer leur production musicale, ensemble, tout en étant chacun chez soi?

Si vous offrez quelque chose qui intéresse vraiment les gens, ils seront prêts à payer pour. Même avoir un programme gratuit qui nécessite une inscription vous permet de capturer les informations de futurs clients potentiels.

Online learning and education opportunities can also help establish your organization as a thought leader. You'll build a reputation as an influencer, which will help boost sales and increase your audience once venues re-open.

Les possibilités d'apprentissage en ligne peuvent également aider à faire de votre organisation un leader dans la communauté. Vous vous bâtirez une réputation d'influenceur, ce qui contribuera à augmenter les ventes et à croître votre public une fois les lieux ouverts à nouveau.

6. Le pouvoir de la célébrité

Y a-t-il un acteur, producteur, réalisateur ou influenceur lié à votre organisation qui pourrait enregistrer des messages vidéo personnalisés pour vos clients? Si oui, pourquoi ne pas l'ajouter à votre boutique en ligne ou

l'offrir en cadeau aux donateurs? Des services comme [Cameo](#) facturent aux fans les salutations personnalisées de leurs stars préférées, mais il n'y a aucune raison que vous ne puissiez pas tirer parti de l'idée pour votre propre organisation.

Offrir une vidéo divertissante à vos clients pourrait suffire à leur remonter le moral en ces temps incertains.

7. Dons

Si votre organisation a un département philanthropique, il y aura toujours un bon moment pour demander des dons à votre communauté. Aujourd'hui n'est peut-être pas le moment idéal. Envisagez de tirer parti de votre équipe de financement d'une manière différente – voici [11 conseils](#) pour vous inspirer.

Vous pouvez également créer une campagne pour encourager les clients à faire [don de la valeur de leurs billets](#) pour les spectacles annulés au lieu d'obtenir un remboursement. #billetsolidaire

Vous avez une astuce à partager avec nous? Envoyez-la à notre équipe marketing via marketing@audienceview.com