

Mobiliser le public en période de distanciation social

4 MIN READ



Les salles de spectacles et les artistes qui y travaillent, le personnel ainsi que les fournisseurs vivent tous de l'inconfort et une immense pression alors que nous traversons cette période d'incertitude. Nous savons que la passion pour les événements et la culture reste bien vivante et que le public reviendra dès que possible, mais nous ne savons pas quand.

Alors que nous travaillons en nous isolant à la maison et que nous devons pratiquer la distanciation sociale à la billetterie, il est important d'entretenir la passion du public pour les événements et la culture. Une fois que la crise sera derrière nous, le grand retour des arts sur la scène et devant public et le renouveau de la passion pour les sports dans les stades nous aidera tous à nourrir nos esprits et à guérir nos cœurs.

AudienceView propulse plus de 9 000 salles de spectacles, centre des arts, stades et arénas. Notre équipe a passé des appels, parcouru le Web et nous avons tendu la main à nos clients pour savoir quelles solutions créatives sont utilisées partout dans le monde pour garder les clients fidèles, heureux et engagés.

Voici quelques-unes de nos découvertes pour, vous inspirer, vous aider à vous changer les idées,, satisfaire votre soif de divertissement et voir comment nos pairs engagent avec succès leur public pendant le confinement dû au coronavirus:

Diffusion en direct

Plusieurs organisations culturelles réputées ont commencé à offrir leurs programmations en diffusion en direct sur l'internet. Vous pouvez vendre des billets pour ces événements virtuels, déplacer en ligne des événements avec des billets déjà vendus ou offrir gratuitement une programmation spéciale pour la diffusion en ligne afin de garder votre fidèle public engagé. Si vous avez un département philanthropique, vous pouvez également demander des dons via votre propre système ou en utilisant [Patreon](#) (qui fournit également des services de diffusion en direct).

À titre d'exemple, le Grand Ole Opry diffusera en direct certains événements et partagera du contenu de leurs [archives](#) chaque semaine. L'École des arts Frank Sinatra a diffusé en continu puis publié sa production de Hairspray. Et bien qu'il ne fasse pas partie de sa programmation originale, le Blumenthal Performing Arts diffuse en direct [l'événement SEED20](#), un concours axé sur l'innovation sociale et la connexion des idées au financement.

Visites virtuelles

Inviter le public à jeter un œil dans vos coulisses est un excellent moyen de les garder engagé lorsque vos portes sont fermées. La [ville de Québec](#) vous propose d'explorer des lieux peu connus ou inaccessibles qui sont autant de trésors cachés de Québec.

Plus que jamais, nous avons besoin de l'effet bénéfique des arts dans nos vies. Le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) est peut-être fermé, mais ses portes virtuelles, elles, restent grand ouvertes. Vivez le [Musée des beaux-arts de Montréal](#) virtuellement

Alternativement, vous pouvez créer rapidement des vidéos de votre salle de spectacle avec un téléphone ou une caméra vidéo et les diffuser sur un compte YouTube gratuit.

Contenu éducatif

Avec les écoles fermées un peu partout, nous recherchons tous des opportunités d'apprendre (et de trouver du contenu pour notre école temporaire à domicile). AudienceView a un certain nombre de clients qui offrent du contenu éducatif incroyablement riche.

Les personnes de tous âges peuvent en apprendre plus sur les lémuriens via le [Duke Lemur Center](#) ou explorer l'[architecture à Boise](#) via l'Idaho Preservation Society. Il est également possible d'explorer le [Trail of Tears](#) grâce à la Cherokee Historical Association ou de regarder près de 100 vidéos sur tous les aspects de la production théâtrale à partir du [Real Access Hale](#) du Hale Center Theatre.

Partagez vos collection

Si vous avez une collection de photos, d'artefacts, de peintures ou autres curiosités, vous pouvez les partager en ligne comme ces membres de la communauté AudienceView:

- Livres numériques, théâtre, et bien plus par [Bibliothèque et Archives Nationale du Québec](#)
- La collection du Western Development Museum's [Crafting the Canadian Quilt](#)
- Le [travail des artistes](#) présenté par Rosé Mansion
- [Art et idées](#) de la cathédrale St. John the Divine

L'[histoire](#) de New York de la Société des archives de New York

Développez vos listes

Vous pouvez continuer à développer votre liste de clients potentiels, même lorsque vous ne vendez pas de billets. L'[Ambassador Theatre Group](#) organise un concours pour faire gagner un an de billets gratuits. C'est un excellent moyen de collecter des informations pour de futures campagnes marketing.

Réfléchissez aux offres ou au contenu que vous pouvez partager pour augmenter votre liste de clients.

Partagez votre expérience

Tout comme les réseaux de télévision qui diffusent à nouveau des jeux et émissions des saisons passées, vous pouvez présenter en ligne des productions et des événements en direct ou passés. Cela aidera à garder vos clients proches tout en donnant aux clients potentiels un avant-goût de votre offre. Voici quelques exemples:

- [Orchestre Symphonique de Montréal](#)
- [Théâtre du Rideau-Vert](#)
- [The Comedy & Magic Club](#)

- [American Cornhole Organization](#)

Votre partenaire, AudienceView, aimerait partager votre contenu. Toute organisation partenaire de AudienceView avec une histoire à partager peut contacter notre équipe marketing via marketing@https://audienceview.com.

Si AudienceView n'est pas votre système de billetterie ou votre solution CRM actuel, vous pouvez en apprendre plus sur nous à audienceview.com.