

Bileteria bez kompleksów

Dawid Brykalski: Czym wyróżniają się Bilety24.pl (B24) na tle innych tego typu firm? Przyjmijmy, że jestem nowym graczem, organizatorem wydarzeń kulturalnych. Jak by mnie pan zachęcił, bym do obsługi biletowej wybrał właśnie B24?

Michał „Olek” Olkowski: Łączymy cechy producenta programów informatycznych i partnera handlowego w zakresie dystrybucji biletów. Większość firm albo specjalizuje się w pisaniu i dostarczaniu programów do sprzedaży i rezerwacji, albo prowadzi niezależną platformę zajmującą się sprzedażą biletów online. My scalamy oba procesy i dostarczamy do podmiotów system sprzedaży i rezerwacji zintegrowany bezpośrednio z naszą platformą Bilety24.pl. To pierwszy element, który wyróżnia nas na tle konkurencji. Drugim są działania marketingowe, jakie realizujemy na rzecz partnerów. To istotne, gdyż nasze ponadosiemnastoletnie doświadczenie pozwala na uzyskanie bardzo dobrych wyników sprzedażowych. To oczywiście przekłada się na redukcję kosztów i satysfakcję współpracujących z nami podmiotów.

Każda firma mówi o sobie, że zapewnia „kompleksową obsługę”...

Kompleksowa – czy to pochodna od kompleksów? (śmiech) Mało kto zna historię powstania naszego serwisu, zatem uchylę rąbka tajemnicy. Prawie dwadzieścia lat temu zrodził się pomysł zbudowania platformy, na której użytkownik będzie mógł znaleźć interesujące go wydarzenie, wybrać miejsce z planu sali i dokonać internetowej płatności. A po zakończeniu procesu otrzyma bilet na adres e-mail. Ładnie brzmi, prawda? Tylko wówczas nie było mechanizmów pozwalających na dokonanie płatności przez Internet. Dlatego w pierwszej wersji serwisu B24 należało pobrać ze strony „druk zapłaty”. Udogodnieniem była możliwość pobrania go z dedykowanym kontem w każdym istniejącym wówczas banku. Zapotrzebowanie na system płatności internetowych zrodziło serwis Przelewy24, dziś jeden z największych operatorów płatności. To był strzał w dziesiątkę i tu skierowaliśmy nasze działania. Dziś mamy duże doświadczenie w dziedzinie projektowania rozwiązań i procesów technologicznych. I dlatego bez kompleksów, a kompleksowo możemy obsłużyć naszych partnerów. Jesteśmy pionierem niektórych rozwiązań. Najlepszym przykładem jest wprowadzenie na rynek biletomatów dla instytucji kultury. Jeden zresztą jest użytkowany przez Teatr Powszechny w Łodzi.

A jakie wprowadzają państwo innowacje w B24? Niedawno zupełnie zmienił się wygląd strony internetowej.

W czasie pandemii, gdy nie było na co sprzedawać biletów, postanowiliśmy przebudować platformę, uwzględniając trend wskazujący na dominację urządzeń mobilnych. Dziś ludzie spędzają bardzo dużo czasu, korzystając z przeglądarek w telefonach, tabletach. Zmiana miała na celu przede wszystkim skrócenie i ułatwienie procesów wyszukiwania i zakupu biletów. Wydaje nam się, że cel został osiągnięty – widzimy znaczny wzrost transakcji dokonanych z użyciem smartfonów lub tabletów.

Jak wygląda stabilność technologiczna państwa usług?

Każdy producent oprogramowania zastanawia się nad skutkiem odpowiedzi na takie pytanie. Czy duża pewność zastosowanych rozwiązań nie pobudzi wyobraźni kogoś, kto zechce podjąć próbę ich zdestabilizowania? Myślę, że na pytanie o stabilność powinni odpowiedzieć nasi partnerzy, korzystający na co dzień z systemu biletowego. Staramy się utrzymywać jak najwyższy poziom.

Jakimi klientami mogą się państwo pochwalić?

Może to zabrzmieć patetycznie, ale każdy klient, każda instytucja są dla nas ważne. Można pochwalić się na przykład małym kinem w mniejszej miejscowości, które współpracując z nami, rośnie w siłę, zwiększa zasięgi, wprowadza nowinki technologiczne, biletomaty, aplikacje mobilne, karty stałych klientów. Cieszy nas fakt, że są instytucje, z którymi obchodziliśmy już dziesięciolecie współpracy. Wśród naszych partnerów można znaleźć zarówno agencje artystyczne prowadzące dystrybucję biletów na koncerty i festiwale, jak i teatry, kina, ośrodki kultury pracujące na pełnym systemie sprzedaży – w kasach instytucji, poprzez stronę www i oczywiście przez platformę Bilety24.

Które łódzkie instytucje obsługujecie? Jak wygląda rynek wydarzeń w naszym mieście i województwie z państwa perspektywy?

Pierwszą instytucją z Łodzi, z którą nawiązaliśmy współpracę w zakresie sprzedaży internetowej, był Teatr Wielki. Jednakże pierwszą korzystającą z pełnego systemu sprzedaży i rezerwacji była Filharmonia Łódzka. Dziś z naszego systemu korzystają też wspomniany Teatr Powszechny, Teatr Lalek Arlekin, Teatr Nowy, a od niedawna także Teatr Muzyczny. Współpracujemy także z podmiotami tylko w zakresie sprzedaży internetowej. Prowadzimy sprzedaż między innymi dla Łódzkiego Domu Kultury, Klubu Wytwórnia, Festiwalu Soundedit, Miejskiego Ogrodu Zoologicznego oraz Centrum Dialogu im. Marka Edelmana.

Jak przedstawiała się sytuacja w trakcie pandemii? Ludzie miewali problemy z odzyskaniem pieniędzy za bilety na odwołane wydarzenia.

Pandemia obnażyła niedopracowany sposób działania niektórych firm, organizatorów czy instytucji kultury, co wpłynęło na problemy niektórych bileterii. Niestety, nie wszystkie agencje artystyczne były w stanie sprostać konieczności dokonania zwrotów za bilety. Ustawodawca wyszedł naprzeciw potrzebom i wprowadził termin dokonania zwrotów do 180 dni od daty rozwiązania umowy z klientem. Jednak zdarzały się przypadki, że w tym terminie agencje „znikały” i nie było możliwości uzyskania zwrotu środków. Nabywcy biletów z naszego serwisu nie byli jednak narażeni na żadne niebezpieczeństwo.

Czy możemy zatem powiedzieć, że B24 pokonała problemy pandemiczne koncertowo?

Jeśli zwrot biletów na ponad jedenaście tysięcy wydarzeń można uznać za „koncertowo udany”, to owszem. Wolę to jednak pozostawić do oceny klientom serwisu Bilety24.pl

Co oznacza bezpieczeństwo w świecie imprez masowych, koncertów, spektakli?

Bezpieczeństwo to nie tylko maseczka i dystans, to także, a może przede wszystkim, poczucie stabilności. Oznacza to, że kupując bilet na wydarzenie, które zostanie odwołane lub przeniesione, nie musimy się martwić, czy pieniądze zostaną nam zwrócone, czy aby nie przepadną. Zaletą nie do przecenienia jest kupno biletów w stabilnej, bezpiecznej bileterii. Niestety, znane są przypadki, w których nabywcy biletów musieli wielokrotnie interweniować, aby uzyskać zwrot. W większości takich sytuacji kontakt z bileterią graniczył z cudem – brak odpowiedzi na maile, a jeśli udało się zadzwonić, to brak spójnych komunikatów przekazywanych nabywcom biletów. Wystarczy sprawdzić komentarze na fanpage'ach bileterii, by zorientować się, która nie radzi sobie z terminowymi zwrotami.

W pierwszych tygodniach wprowadzenia stanu zagrożenia epidemicznego w kraju wszystkie instytucje kultury oraz platformy biletowe zderzyły się z sytuacją

bezprecedensową.

W serwisie Bilety24.pl niezwłocznie po ogłoszeniu stanu zagrożenia epidemicznego przygotowaliśmy procedury komunikacji z nabywcami, wytyczyliśmy wraz z podmiotami współpracującymi ścieżkę procedur i przystąpiliśmy do realizacji zwrotów. Czy uporaliśmy się z problemem? W naszym odczuciu tak, choć nie bez drobnych potknięć. Zdarzało się bowiem, że niektóre agencje artystyczne z powodu braku ciągłości realizacji wydarzeń zaczęły wpadać w spiralę kosztów, co skutkowało problemami z wypłacalnością. Nawet w tych przypadkach nabywcy biletów w serwisie Bilety24.pl mogli być spokojni o swoje pieniądze. Liczba dokonanych przez nas zwrotów wskazuje na skalę pracy i nadzwyczajną mobilizację całego zespołu Bilety24 oraz podmiotów współpracujących z nami. Obecnie, wracając do względnej normalności, instytucje kultury odnotowują wzrost internetowej sprzedaży biletów. To oczywista tendencja, zwłaszcza w sytuacji, gdy bilet zakupiony w kasie instytucji zazwyczaj należy osobiście odnieść, aby uzyskać zwrot pieniędzy. W przypadku zakupów internetowych w serwisie Bilety24.pl zwroty są realizowane automatycznie.

Co to oznacza?

W przypadku odwołania wydarzenia serwis Bilety24.pl wysyła informację do nabywców biletów o odwołaniu lub przeniesieniu wydarzenia na inny termin, informując tym samym o rozpoczęciu procedury zwrotu. Teraz zwroty są realizowane na bieżąco, w niektórych przypadkach nawet w ciągu siedmiu dni.

Rynek usług dostarczanych przez Internet to chyba nie jest łatwy „kawałek chleba”. Sytuacja zmienia się z dnia na dzień, a konkurencja zapewne „dyszy” za plecami...

Tak, wzrost zainteresowania zakupami w sieci aktywował wszystkie branże, w tym także dystrybutorów biletów. Konkurencja w danej dziedzinie zawsze sprzyja rozwojowi. Jestem przekonany, że w podejmowaniu decyzji o wyborze platformy bądź systemu biletowego organizatorzy, agencje artystyczne czy instytucje kultury kierują się przede wszystkim elastycznością, stabilnością i wieloletnim doświadczeniem. De facto sprzedaż biletów można w pewnym sensie porównać do przekazania zarządzania swoimi pieniędzmi zewnętrznej firmie. Czy wybrałby pan nowo powstały bank, czy jednak stabilną i silną finansowo jednostkę? Oczywiście kibicuję start-upom, ale rekomenduję rozważne decydowanie w zakresie systemów sprzedaży i rezerwacji biletów, aby nie natrafić na dość powszechne zjawisko „bylejakości” – zarówno w budowaniu rozwiązań informatycznych, jak i późniejszej obsługi serwisowej.

Na koniec - nie jest pan wyłącznie dyrektorem firmy, ale również artystą. To pomaga czy przeszkadza w codziennej pracy?

Dobre pytanie! (śmiech) Dzięki zainteresowaniom muzycznym znam branżę z obu stron sceny. Czy to pomaga? Z pewnością daje szersze spojrzenie na problemy organizatorów oraz pozwala na uniknięcie ewentualnych zagrożeń w podejmowaniu decyzji o współpracy. Niejednokrotnie spotykamy się z organizatorami, którzy nie są świadomi kosztów, jakie muszą ponieść, by wydarzenie miało rację bytu. Tu nasza - serwisu B24 - rola, aby nie prowadzić sprzedaży biletów na wydarzenia, których realizacja może być zagrożona. Prywatnie nie mogę się doczekać powrotu na scenę. Brakuje mi koncertów i energii, która płynie od publiczności. W pracy stosuję metaforę: „logika, matematyka, żeglarstwo”, czyli trzy fazy każdego projektu: myśl logicznie, analizuj koszty i zyski, a później wskocz na falę i płyn z prądem. A na scenie? Scena to zawsze magia.