



E-BOOK TICKET RESELL

Úvod do online světa přeprořádání vstupenek

RETAIL.GO

OBSAH



Výhody	3
Nevýhody	3
Kdo jsme	4
Co skupina Retail.go nabízí	5
Jaké vstupenky koupit	7
Kde vstupenky koupit	8
Kde vstupenky prodat	9
Jakým způsobem vstupenky po prodeji doručit	10
S jakým kapitálem začít	11
Kolik je měsíčně eventů	12
Je chycení lístků 100% ?	13
Kdy vstupenky prodat	14
Jak vstupenky platit	15
Jaké jsou sankce při nedodání prodaných vstupenek	16
Kolik si můžu vydělat	17
Jakými dalšími způsoby lze vydělat	18
Daně	19
Co jsou signupy	20
Jaké druhy vstupenek Ticketmaster prodává	21
Jak začít	22

TICKET RESELLING

PŘEPRODEJ VSTUPENEK NA KONCERTY, FOTBALOVÁ UTKÁNÍ NEBO JINÉ ŽÁDANÉ UDÁLOSTI, KDE POPTÁVKA PŘEVAŽUJE NABÍDKU A TÍM VZRŮSTÁ PŮVODNÍ CENA

VÝHODY

- Velké zhodnocení peněz (běžně od 50 % do 300 %) v řádech měsíců
- Online podnikání
- Možnost pracovat odkudkoliv
- Bez potřeby skladů a dalších nákladných investic či fixních nákladů
- Možnosti výdělků i bez vlastního kapitálu
- Škálovatelnost

NEVÝHODY

- Neprodání lístků (v cca 3% případech)
- Vyplacení prodejů až týden po uskutečnění události



KDO JSME

Resellingem se zabýváme 7 let, z toho 5 let na full-time a 4 roky provozujeme skupinu Retail.go. Začínali jsme na přeprodeji tenisek, kde jsme prodali tisíce párů a povedly se nám nákupy v řádech stovek párů od jednoho releasu. Stojíme také za největším "cookem" v ČR, kdy se nám povedlo nakoupit 600 párů Dunk Panda Low v době, kdy se jednalo o jedny z nejžádanějších tenisek.



Po úpadku trhu tenisek jsme se přeorientovali na přeprodej vstupenek, kde využíváme nabytých zkušeností a jedná se o naprosto totožný obchodní model. Při svých začátcích jsme využívali podobné skupiny, avšak postupem času jsme zjistili, že tyto služby dokážeme nabízet mnohem lépe.

Ve skupině programujeme vlastní monitory (hlídací psy), oproti konkurenci, která tyto nástroje pronajímá nebo kupuje. Výhodou je nesrovnatelná kvalita a také možnost přizpůsobení nástrojů našim členům nebo adaptování se na změnu trhu. Za tímto si stojíme a na vyžádání otevřeně poskytujeme přesné časy upozornění našich monitorů.

Důležité je také zmínit, že se stále živíme vlastním resellováním. To je jeden z hlavních důvodů, proč se dokážeme neustále přizpůsobovat a reagovat na všechny změny ať už v prodejně, tak nákupní stránce. Nástroje vyvíjíme zejména pro svoji potřebu a sdílení s ostatními je až druhotná myšlenka. Skupina má okolo 300 členů převážně z ČR, ale i ze zahraničí, přičemž někteří jsou s námi od samého začátku.

CO RETAIL.GO NABÍZÍ

Všechny potřebné informace, aby ses mohl živit resellingem i ty!

Calls – Jedná se o “signály” koncertů jako například Coldplay, Taylor Swift nebo Bad Bunny, ale mohou to být i menší umělci, kteří obsazují menší areny jako Benson Boone, Chapel Roan, Gracie Abrams a další. Také to mohou být například zápasy UFC, finále světového šampionátu League of Legends a jiné. Jedná se události z celého světa.

Asia cricket calls – Signály a analýzy z prostředí kriketu zejména v Indii, kde se jedná o národní sport a poptávka přesahuje nabídku.

Football calls – Ať už se jedná o mezinárodní utkání nebo třeba Bundesligu či Premier League.

Monitory – Alfa a omega. Monitory jsou nejdůležitějším prvkem a bez kvalitních monitorů neexistuje kvalitní skupina. Jedná se o náš software, který sleduje uvolnění vstupenek ke koupi na webu a následně posílá upozornění našim členům na platformu Discord. Mezi úspěchem a neúspěchem rozhoduje každá sekunda. Na vývoji monitorů pracujeme 4 roky a každé odeslané upozornění analyzujeme. Naše monitory jsou důvod proč jsme jedničkou v oboru jak na lokální, tak i na zahraniční scéně.

Programujeme vlastní monitory na Ticketmaster, AXS, Eventim včetně všech regionů. Dále například Goout, Ticketportal, Ticketera, Vivatickets a nebo například na zmiňovaný cricket- District či Bookmyshow.

Největší výhodou chytání restocků oproti plánovaným releasům je, že už víte jak se cena pohybuje na sekundárním trhu a peníze nemáte investované celou dobu, ale značně zkrácený čas.

Que pass – Jedná se o metodu jak se rychleji dostat přes frontu. Que-it je ochrana webů, které na web umístí virtuální frontu, vy dostanete náhodné pořadí a dle něj pouští lidi na web.

My na tuto ochranu máme bota, který se do fronty zapojí x tisíckrát, čímž získá mnohem lepší šanci na dobré umístění, po projití nám pošle upozornění a členi se přes cookies dostanou k nákupu. Možná to zní složitě, ale jediné co děláte je, že kliknete na link, který vám pošleme. Neplést si s by-passem, který frontu obchází instantně celou obchází.



Custom toolbox – Námi vyvíjený software na přihlašování signupů v násobném množství. Uživatel zadá své emailové adresy a proxy, aby nebyl detekován jako jeden uživatel a náš bot se postará o zbytek. Můžete mít deset nebo tisíc přihlášení a zvýšit tak své šance na získání presale codu. Náš nástroj pomáhá šetřit čas, námahu a obchází ochranu proti filtrování.

Komunita – Aktivita ve skupině je na denním pořádku a i když se to nemusí na první pohled znát, je důležité se zapojovat. Může vám pomoci navázat vztahy, získat plno informací a udržovat vaši motivaci se oboru věnovat. Spousta z členů navázali i osobní vztahy a přátelství mezi sebou.

Vše funguje na platformě Discord, jejíž appku si můžeš stáhnout jak do mobilu, tak na počítač. K resellování ti stačí pouze mobilní telefon, je třeba si však uvědomit, že plný potenciál všech možností využiješ pouze na počítači.



JAKÉ VSTUPENKY KOUPIIT



Od toho jsme tady my!

Provádíme analýzu událostí, která je založená na několika faktorech jako je například počet posluchačů, velikost arény, počet datumů, město nebo třeba i historický úspěch kapely. U velkých umělců typu Billie Eilish, The Weeknd, Taylor Swift, Coldplay a podobně většinou záleží pouze na počtu datumů, jelikož poptávka je enormní. I ti to však často přeženou a největší umělci na sekundárním trhu vůbec nemusí být profitabilní. Je pro třeba pečlivě vybírat.

Nutno však zmínit, že cally, které dáváme, jsou spíše eventy s určitým potenciálem a také riskem. Nejde přesně určit, jestli akce bude 100% profitabilní, jelikož nejde dopředu přesně určit poptávku ani to, zda budou přidány nějaké další datумы, které srazí cenu zase dolů. Snažíme se však vybírat akce, které mají potenciál na zisk s ROI 50 %+ . I mistr tesař se někdy utne, což se nám stává maximálně ve 3 % případů a to s tím, že každé riziko dokážete minimalizovat. Ať už je to prodej zpět na Ticketmaster, prodej pod cenou nebo tu je například platforma Ticketswap a mnoho dalších způsobů. Pokud ticket reselling děláte dlouhodobě, rozhodně neproděláte.

Vždy se snažíme provádět analýzu objektivně a rozhodně kvalita převyšuje kvantitu. Naším cílem není vypsát co nejvíce událostí, ale pouze ty, na kterých vyděláte a zároveň vás o žádný takový event nepřipraví!

KDE VSTUPENKY KOUPIŤ

Vždy u oficiálních distributorů jako jsou například Ticketmaster, AXS nebo Eventim. Dále méně známí a s menším počtem přidělených vstupenek například Ticketportal, SeatGeek, Seetickets, Ticketera, Goout apod.

Ne každý distributor dostává všechny události a proto je potřeba sledovat, kde jakou akci koupit. Ke každé události ti napíšeme přesné časy i místa, kde vstupenky koupit, stejně tak jaké sektory se vyplatí nejvíce či další důležité informace.

A co nákup na Facebooku?

Zní to lákavě ale ne. Ačkoliv se zde nechá najít spousta vstupenek za rádobu původní cenu, většina z nich je podvod. Takzvané vykupování vstupenek přes Facebook, Bazoš apod. rozhodně nedoporučujeme. Dotyčný si může nechat poslat peníze předem a následně vás zablokovat. Prodat vám vstupenku, kterou prodal už někomu dalšímu. Poslat vám falešnou vstupenku a další. Možností je spousta a určitě to za to nestojí.



KDE VSTUPENKY PRODAT

- Nejčastější platformou pro EU i US akce je Viagogo, kde se prodává až 90% vstupenek.
- Další EU platformy jsou například Gigsberg (dobré pro události ze Švédska, Norska, Dánska), Ticombo (fotbalové zápasy), Stubhub (UK události).
- Pro US události máme například Lysted nebo Vividseat.
- Pro lokální akce Facebook/Bazoš.

Ceny a počet prodejů se na platformách liší. Je proto dobré jich znát více a správně se rozhodnout, kde je prodej nejvýhodnější. Vyvarujte se ale listování vstupenek na více platformách najednou, jelikož při prodání lístků, které nemůžete dodat, hrozí sankce. (více na dalších stranách)



JAKÝM ZPŮSOBEM VSTUPENKY DORUČIT

Prodaly se vám vstupenky a nevíte co teď? Není kam spěchat, máte dostatek času na jejich doručení. Ve většině případů stačí vstupenky doručit až pár dní před událostí. Údaje k doručení získáte z platformy u daného prodejce a doručení se liší dle typu vstupenky.

PDF

- výhody – okamžité stažení, v případě lokálních akcí možný okamžitý prodej
- nevýhody – při opakovaném nahlášení kupců na Viagogo, že lístky byly neplatné se Viagogo automaticky staví na jejich stranu a hrozí vám pokuta

Transfer

- Převedení vstupenek kupujícímu (vám se z účtu smažou, kupujícímu načtou).
- Každá událost má oficiálně napsáno, že transfer nebude možný, avšak v 99% případech je povolen. Buď v náhodný čas před eventem nebo nejčastěji 48 hodin před konáním události. Některé události ani nemají do poslední chvíle vygenerovaný QR kod a lokální prodej tak může být obtížný. Při prodeji na Viagogo to nehraje roli, tam stačí nahrát lístky většinou 24h před událostí.

QR kod - obdoba PDF. K doručení vstupenek stačí screen QR kodu.



S JAKÝM KAPITÁLEM ZAČÍT



Minimální částka je okolo 10 000 Kč, ideální okolo 50 000 Kč.

Jedna vstupenka stojí v průměru 2 000 Kč, přičemž se snažíte vždy brát minimálně dvě. Pokud akci věříte a máte možnost vstupenky koupit, berete vždy maximální počet lístků, který bývá omezen na 1 nákup, což bývá 4 až 10. Tudiž s minimálním kapitálem můžete být bez peněz hned po první akci a i když se vám podaří lístky prodat s profitem, na vyplacení čekáte až po uskutečnění akce. Ticket reselling může být tedy z hlediska financí občas náročný, než se dostanete do koloběhu, kdy vám chodí peníze každý měsíc z prodaných akcí a svůj kapitál už pouze reinvestujete.

Výhodou jsou tedy lokální akce, kde nemusíte čekat na otevření transferu a můžete tak prodat vstupenky ihned a zrovna tak za ně ihned inkasovat profit.

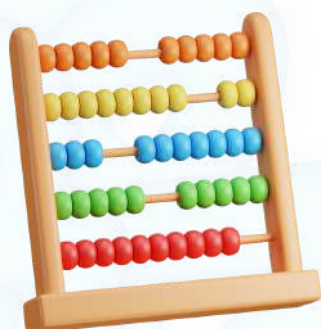
Ideální je tedy začít alespoň s minimálním kapitálem, jehož proinvestování by vám nemělo dělat žádný problém a zároveň si klidně na první dva měsíce najít brigádu, abyste se mohli rozvíjet a posouvat.



KOLIK JE MĚSÍČNĚ EVENTŮ

Jak jsme psali na začátku e-booku, ke každé akci provádíme analýzu a uvídíme risk. Těch nejvýdělečnějších akcí s riskem 1/5 je okolo 1-2, s větším riskem okolo 15. Když počítáme různé předprodeje, je co chytat téměř každý den a spíše vám dojdou rychleji peníze, než že byste neměli co nakupovat.

Nutno zmínit, že větší risk nemusí znamenat menší profit nebo dokonce ztrátu. Jedná se spíše o události s potenciálně menší poptávkou u které hrozí, že při většinovém nákupu pouze resellery se jedinci začnou podhazovat a na základě toho mohou být ceny u vstupenek horší. Stále jdou vstupenky prodat v drtivé většině případů s menším profitem, za stejnou cenu a nebo je prodat zpátky na Ticketmasteru nebo AXS, kde opět s největší pravěpodobností ihned zmizí.



JAKÉ DRUHY VSTUPENEK SE PRODÁVAJÍ



Direct/Initial – vstupenky přímo od distributora (např. Ticketmaster). Ty mohou nárazově restockovat.

- Nejčastěji se jedná o stání, kde se jednoduše zvýší kapacita.
- **Restricted view** – sektory s horším výhledem, například v úrovni stage nebo za ní.
- Otevření nových sektorů případně pár míst v aktuálních sektorech, kde místa byla rezervovaná například pro partnery, vstupenky byly uváděny jako **Platinum** a nevyprodaly se nebo se uvolnily po umístění finální podobě světla a další techniky v aréně.

Resale - vstupenky prodávané zpět za původní cenu od lidí, kteří si nákup rozmysleli. Většinou povolení navýšení ceny o maximálně 20 %.

Některé události mohou vyžadovat takzvanou personalizaci, což znamená “vstupenky na jméno”. Toto opatření určují umělci, ale není moc časté. Setkali jsme se s tím například u Taylor Swift nebo Eurovision. Personalizace je uváděna předem a také při samotném nákupu, takže o ní dopředu víš. Také se s ním můžeš setkat při nákupu vstupenek v Itálii. Změna jména jde udělat oficiálně za poplatek 10 €.

Neplést si s obyčejným uvedením jména na vstupenkách - to ničemu nevadí.

JE NÁKUP LÍSTKŮ 100% ?

Není. Ať už máte bota nebo chytáte manuálně, nikdy to není stoprocentní. Avšak jsou způsoby jak svoje šance navýšit a šikovní jedinci chytají téměř každý drop. Tyto praktiky se často i mění a i to najdete na našem Discordu. Samotní distributoři se snaží překupování ztížit a aplikují na své stránky různé druhy ochran a co fungovalo minulý drop, nemusí fungovat ten další.

Co se týče restocků, tak záleží na kvalitě monitorů a na tom, jak jste pohotoví. Každá sekunda rozhoduje. A při nekvalitním monitoru, který má zpoždění i "jenom" 10 sekund vám už většinou zbydou oči pro pláč. Restocky jsou v naprosto náhodný čas, proto pokud se resellingu věnujete na plný úvazek, je třeba být přes celý den připraven.

V obou případech vždy záleží na schopnostech jedince! Skupina vám může poskytnout nejlepší nástroje, ale pokud tomu neobětujete vlastní čas, úsilí a nebo prostě nemáte dostatečný kapitál, nikdo jiný za vás lístky nekoupí.



JAKÉ SIGNUPY PŘIHLAŠOVAT A K ČEMU SLOUŽÍ

Signup – přihlášení k předprodeji pro užší skupinu lidí, kteří splní určité podmínky (většinou zadání emailu a osobních údajů).

Signupy slouží pro fanoušky interpretů, kdy prodej vstupenek probíhá ve vlnách, takzvané Presales. Po přihlášení signupu můžete získat kód (někdy probíhá losování, někdy ho dostanou všichni) a díky tomu se můžete zúčastnit presalu.

Presales mohou mít nasmlouvané i různé společnosti jako AMEX, MASTERCARD, Vodafone apod. kdy musíte pro získání kódu být jejich klientem.

Doporučujeme vždy přihlašovat všechny signupy alespoň 1x ze svého hlavního účtu. Okolnosti událostí se mohou ještě v průběhu měnit a podceňovaná událost může jít nakonec dobře.



JAK VSTUPENKY PLATIT



Vstupenky se vždy platí přes kreditní kartu. Výhodou jsou zahraniční banky, které mají obvykle výhodnější kurzy oproti tradičním českým, protože většina z nich se platí v eurech, případně dolarech či librách. Další výhodou je možnost zřízení několika karet, které vám pomůžou jak při násobném nákupu, tak při násobném přihlašování signupů.

Doporučujeme tedy zřídit banky Revolut, Wise, iCard, ZEN nebo pro firmy Wallester. Tyto online banky jdou zřídit velice jednoduše stáhnutím aplikace a zaregistrováním se. Užívání je velice přehledné a intuitivní.



JAKÝMI DALŠÍMI ZPŮSOBY LZE VYDĚLÁVAT



Prodáváním kódů ze signupu – pokud je o událost takový zájem, že by pouze presale nápor nezměnil, obdrží kod pouze vybraní jedinci. Tento unikátní kód lze někdy jednoduše sdílnout a někdy je kód vázaný na účet a ten je potřeba prodat celý. Výdělky se mohou pohybovat cca od 10 € do 100 €.

Pulling – Výhodou ticket resellingu je, že po vložení lístků do košíku máte lístky rezerované na určitou dobu. Pokud nemáte o lístky zájem vy sami nebo například nemáte kapitál, můžete zkusit lístky prodat s tím, že košík prodáte. Obchod samozřejmě musí být pro kupujícího i tak výhodný, ale vy máte alespoň nějaký profit.

Výdělky se mohou pohybovat v řádu 10 - 20 % z výdělku nebo pevnou částkou od 5 € do klidně 200 €.

V případě nalezení zájemce vám kupec pošle údaje ke kartě a vy zaplatíte jeho údaje. Samozřejmě jakékoliv zneužití karty je trestné a na druhou stranu je to jednoduchý způsob jak někoho okrást, proto si vždy dávejte pozor, komu svoji kartu dáváte. Jedná se však o praxi, která je v tomto odvětví naprosto běžná.

Jedná se však o alternativy výdělku. Představa, že po připojení do skupiny budete fungovat pouze na tomto principu je nesmyslná. 99 % lidí nikdy nebude mít dlouhodobou motivaci takto vydělávat bez toho, aniž by znali jak celý proces funguje.

Berte tuto možnost pouze jako alternativu k vlastnímu přeprodeji nebo pokud vám dojde kapitál apod.



JAKÉ JSOU SANKCE PŘI NEDODÁNÍ VSTUPENEK

Přesné sankce vám nikdo neřekne, ale mohou být až pro někoho devastující. V některých případech platformy musí koupit samy koupit náhradní lístky ze sekundárního trhu, aby uspokojili kupujícího a vám tuto částku naúčtují. Ta může být před začátkem události už několikanásobně vyšší než, za kolik jste vstupenky prodali vy sami. K tomu ještě může být naúčtován poplatek v řádech pár % a vám se tak prodej může dost prodražit.

Pokud prodáte vstupenky a nakonec zjistíte, že je nemáte, máte možnost kupujícímu nabídnout alternativu. Náhradní lístky (vždy shánějte v co nejvíc podobném sektoru) + mu můžete nabídnout slevu. Vždy je lepší variantou se s kupcem domluvit, než spoléhat na pokutu.

Při listování vstupenek se tedy dvakrát přesvědčte, že jste zadali správná místa.



KDY LÍSTKY PRODAT

Přesný recept vám nikdo nedá, avšak z pravidla je největší poptávka a cena ihned po hlavním releasu. Většinou cena pár dní stagnuje a poté nadále stagnuje nebo mírně klesá. Největší poptávka začíná opět 14 dní před událostí a vrcholí v den události. Avšak držení lístků do poslední chvíle vyžaduje dávku odvahy i přijetí rizika, že nakonec lístky neprodáte. Cenu také ovlivňují restocky, které bývají většinou 1 - 2x mezi releasem a událostí. Restock v den eventu vám tak může vaše plány překazit a proto je na rozhodnutí každého, kdy se lístky rozhodne prodat.

Pokud je od začátku malá poptávka, je lepší prodat lístky za retail, jelikož pokud událost nemá dostatečnou poptávku, poslední dny před událostí cena většinou klesá až na úplné dno a proto je někdy rozumné včas prodat i s menší ztrátou. Samozřejmě se snažíme vybírat takové eventy, u kterých toto nehrozí.

Prodej na platformách je ukončen 2 dny před událostí a poté mají možnost prodávat lístky pouze speciální účty, takzvaní Powersellers. Lidé s těmito účty nabízejí zprostředkování za 10 až 20 % z prodeje. Nabídka u žádaných eventů však díky tomuto omezení klesne a tím zpravidla ceny narůstají a tak se i tato možnost může vyplatit.



DANĚ

Reselling je podnikání jako každé jiné a podléhá zákonům ČR. Příležitostní příjmy do 50 000 Kč ročně zdanění nepodléhají. Základní přehled pro studenty nebo jak začít podnikat je vysvětlen ve skupině.



KOLIK SI MŮŽU VYDĚLAT

Toto je naprosto individuální. Záleží na vašem kapitálu, schopnostech a usilí. S dostatečným kapitálem, zkušenostmi a usilím je běžné prodat lístky s profitem 100 000 Kč měsíčně a více, avšak bez těchto atributů si nemusíte vydělat také vůbec nic. Je třeba si uvědomit, že se jedná o práci “jako každou jinou” a nikdo za vás samotné lístky nekoupí. Informace a nástroje poskytujeme pro všechny ve skupině stejně, záleží na vás na kolik je dokážete využít. Ačkoliv tuto metodu považujeme za dosti výhodnou, je třeba si uvědomit, že přes noc nikdy nikdo nezbohatl a je třeba využívat svého kritického myšlení.



JAK ZAČÍT

Po zakoupení našeho členství si vyber jeden z našich callů a snaž se koupit lístky co nejrychleji. K tomu ti může pomoci que-pass nebo návod jak zvýšit svoji šanci na Ticketmasteru. Ve zkratce, projdi co nejdříve frontou a snaž se vložit lístky co nejrychleji do košíku. Poté je máš zarezervované na určitou dobu a máš čas se i rozhodnout, zda je vůbec chceš.



Připoj se zdarma na náš Discord, kde se dozvíš zase o trochu víc...

Pokud stále v něčem tápeš, otevři #ticket-tool, kde se dostaneš do spojení s adminy, kterých se můžeš na cokoliv zeptat.

<https://discord.gg/retailgo>

