

Come stabilire la tariffa nei periodi di bassa, media, alta stagione.

Il costo variabile è l'unico vero costo che ci deve interessare nell'elaborazione di una tariffa alberghiera.

LIMITE DI COMPRIMIBILITÀ DEI COSTI: quali costi sono funzionali allo sviluppo del fatturato?

“Ma se devo guadagnare solo 15€ da una camera preferisco tenerla vuota!”

Questa frase dice chiaramente che la visione d'insieme non c'è.

Avere una visione d'insieme: secondo Grasso non si deve pensare solo a non abbassare il Ricavo Medio per Camera, **ma considerare piuttosto questa vendita un'alternativa a una camera non venduta** e soprattutto si dovrebbe dare rilevanza al numero totale di camere vendute, che in questo modo viene incrementato insieme al ricavo totale.

Quali caratteristiche deve avere l'hotel ideale: ristorante, posizione, catena o indipendente

Fattori non positivi: tassa di soggiorno, minimum stay, tariffa non rimborsabile

REQUISITI PER POTER APPLICARE IL REVENUE MANAGEMENT.

Ricordiamo che il Revenue Management, per essere applicato al suo meglio, **necessita di quattro requisiti:**

1. assenza di stoccaggio;
2. deperibilità del bene;
3. alti costi fissi;
4. bassi costi variabili.

DOVE APPLICARE IL REVENUE MANAGEMENT.

1. **Cinema:** con prezzi differenti in funzione di orari e giorni della settimana.
2. **Centri benessere:** il pagamento può essere differenziato per fascia oraria.
3. **Piste sciistiche:** meteo - (prezzi diversi a seconda delle previsioni meteo);
 - **quota tempo utilizzata** - (prezzi diversi a seconda dell'orario di utilizzo per evitare intasamenti nelle ore più gettonate).
4. **Pizzerie:** si possono fare sconti differenziati a seconda del giorno, della fascia oraria, del tipo di pizza (tavolo o da asporto)
5. **Concerti:** Ha senso mettere in vendita dei biglietti che finiscono in pochi minuti? Perché allora non vendere i biglietti secondo le logiche revenue, e cioè secondo le regole del mercato?
6. **Stallimenti balneari:** prezzo a seconda del meteo, del momento di prenotazione.
7. **Palestre:** prezzo a seconda della fascia oraria, del giorno della settimana...

LA REVENUE ECONOMY

Generare il massimo profitto da alberghi, ristoranti e molto altro



Domanda e offerta in ogni momento si incontrano e in ogni momento sono generatrici di tariffe diverse.

Secondo Grasso, se parliamo di alberghi, **il Revenue Management è un'analisi dinamica della tariffa di una struttura alberghiera.**

Quid4Us

START