

A DINAMIKUS ÁRKÉPZÉS ANATÓMIÁJA



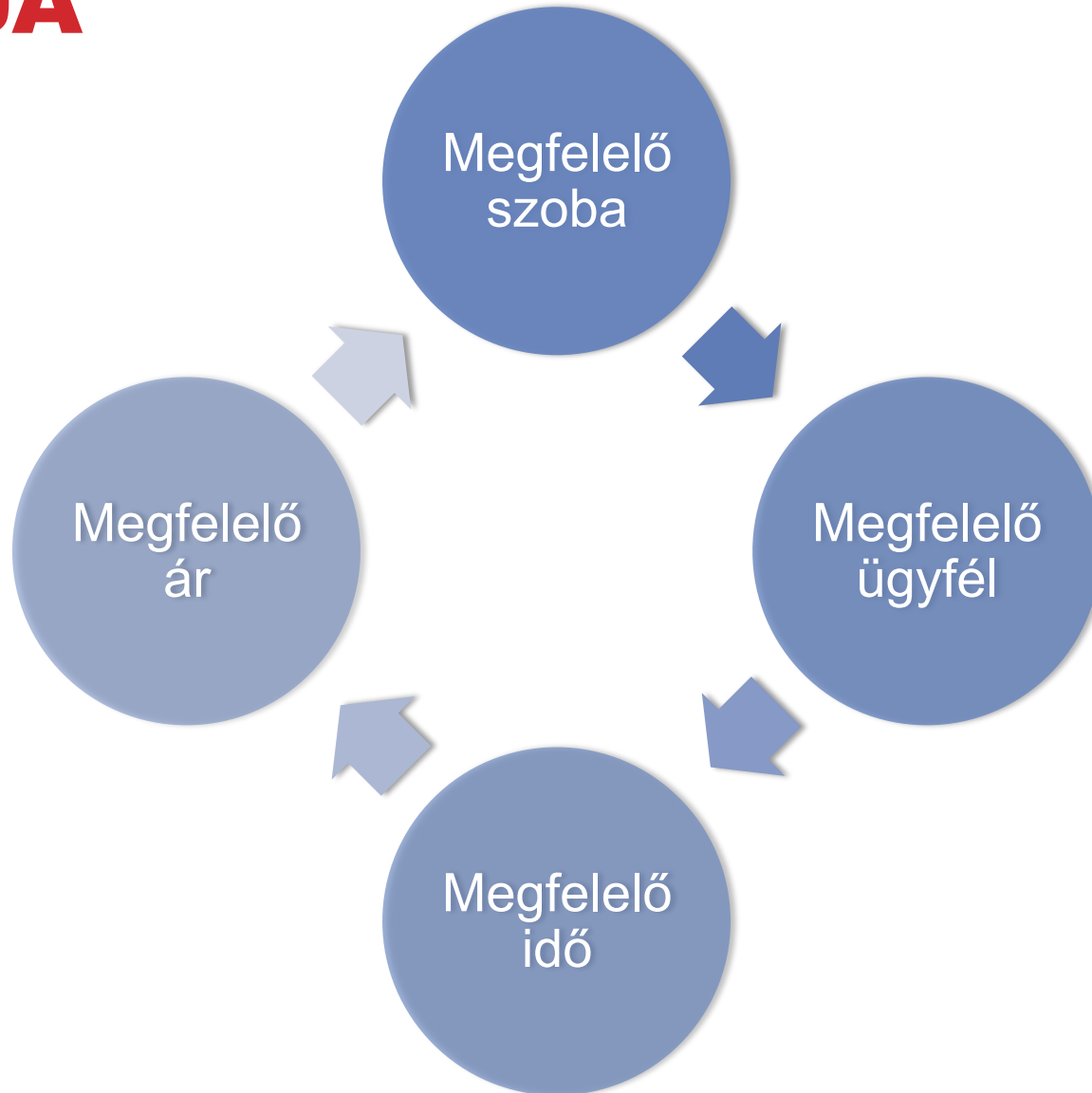
HARIS GERGELY

@ haris.gergely@haris.hu

 [linkedin.com/in/gregharis/](https://www.linkedin.com/in/gregharis/)



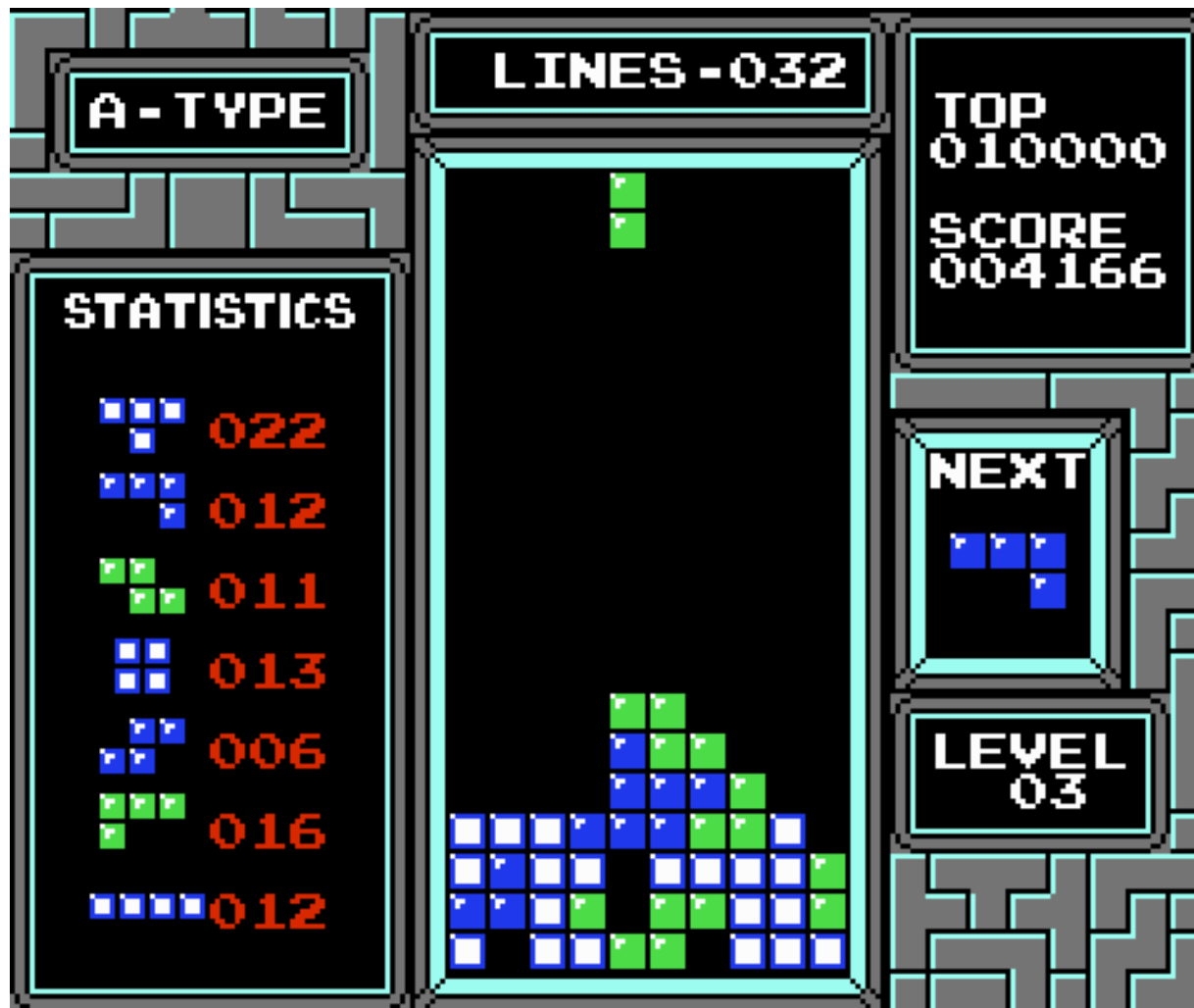
BEVÉTEELGAZDÁLKODÁS CÉLJA



SZÁLLODAIPARI SAJÁTOSSÁGOK, FELTÉTELRENDSZER

- Fix kapacitás
- Romlandóság
- Magas fix, elhanyagolható változó költségek
- Szezonális (heti, havi, éves)
- Prognosztizálható kereslet
- Előzetes foglalás/értékesítés lehetősége
- Ugyanazon termék különböző árakon való értékesíthetősége

HA JÓL CSINÁLOD...



...ÉS HA NEM JÓL CSINÁLOD...



ÁRAT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK – MITŐL LEHET DINAMIKUS?

Tartózkodás

- Dátuma (szezonális!)
- Hossza (LOS)
- Különleges eseményei
- Célja

Foglalás

- Beérkezésének ideje (mennyivel előre foglal)
- Fizetési/törlési kondíciói
- Csomag részei
- Értékesítési csatorna
- Helye (nem túl etikus...)

Kereslet (vagyis várható foglaltság)

Konkurencia árai, önmagunk pozícionálása

A SZÍNFALAK MÖGÖTT

STATIC PRICING

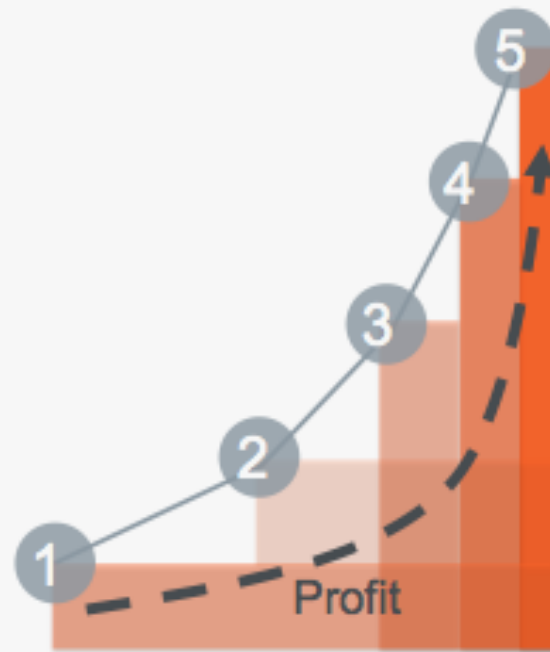
Single Price Point



Revenue

DYNAMIC PRICING

Multiple Price Points



Revenue

**...ÉS EZ NEKED MIÉRT
FONTOS?**

BEVÉTELGAZDÁLKODÁS SIKERÉNEK MÉRHETŐSÉGE

A mérhetőség alapja, hogy megtaláld az idő, és a hely mértékegységét.

Szállodaiparban a **RevPAR** (Revenue Per Available Roomnight) a siker mutatója. További példák:

Idő

mennyi ideig használják a szolgáltatásod

- Egy éjszaka
- Egységnyi utazási idő
- Egy nap
- Egy hét
- 12 másodperc

Hely

a termék, amiből a bevételed származik

- Egy szoba
- Egy ülés
- Egy autó
- Egy banner helye
- Egy spot a reklámblokkban

**...A TE BIZNISZEDBEN
MI A “REVPA _____”?**