

PRESSEMITTEILUNG

Es wird Zeit für eine Weiterentwicklung der Preisgestaltung

Panel-Diskussion von IDEaS Revenue Solutions auf dem ITB Hospitality Tech Forum am 8. März 2018 widmet sich dem "Customer Choice Pricing"

MINNEAPOLIS – 14. Februar 2018 – Hotelgäste legen heute immer mehr Wert auf individuell auf sie angepasste Angebote und Erlebnisse. Hoteliers investieren viel Zeit, Geld und Energie in die Einzigartigkeit ihrer Häuser und Produkte, um sich von Mitbewerbern im Markt abzuheben. Gleichzeitig befindet sich die Kommodifizierung von Hotelprodukten aktuell auf ihrem Höhepunkt. Buchen Gäste über Reiseportale, sind dort durch das Nebeneinander gleicher Angebote die feinen und auch die größeren Unterschiede zwischen den Hotels kaum mehr sichtbar. Außer über den Preis sind die Angebote nicht mehr voneinander zu unterscheiden. Verbraucher sind dadurch auf den Preis fixiert. Für Hoteliers tun sich damit neue Chancen auf.

Um mit ihren Gästen wieder früh ins direkte Gespräch zu kommen, müssen Hoteliers die Kommodifizierung überwinden.

Für **Klaus Kohlmayr, Chief Evangelist von IDEaS Revenue Solutions**, ist die automatische Preisgestaltung das beste Mittel, um die Diskussion um den Preis aus dem Fokus zu nehmen.

Das Hotel und der Gast befinden sich plötzlich wieder im Dialog

Ein "**Customer Choice Pricing**" befähigt Hotels dazu, dass sie ihren Gästen den Preis geben können, den diese an einem bestimmten Punkt in ihrer "Customer Journey" erwarten. Wenn ich als Hotelier hier bereits eine feine Abstufung an personalisierten Erlebnissen und Erfahrungen anbieten kann, wird zum Beispiel die An- und Abreisezeit bei einer Anfrage zweitrangig. Und das Hotel und der Gast befinden sich plötzlich wieder im Dialog.

Die Stärke eines **Customer Choice Pricing**-Ansatzes liegt darin, dem Kunden mehr Entscheidungsmacht zu geben und ihn dazu zu ermutigen, Optionen in Betracht zu ziehen, die seine individuellen Bedürfnisse erfüllen, anstatt seine Kaufentscheidung lediglich auf der Grundlage des niedrigsten Preises zu treffen.

Dynamische Preisgestaltung für jede Komponente entsprechend dem Kundenwunsch

Zusammen mit der richtigen Technologie ermöglicht dieser neue Ansatz des **Customer Choice Pricing** Hotels eine dynamische Preisgestaltung für jede Komponente entsprechend dem Kundenwunsch. Dies hilft Hoteliers nicht nur dabei, das

Gästerlebnis weiter zu monetarisieren, sondern erhöht auch die Auswahlmöglichkeiten und den Grad der Personalisierung für den zufriedenen Gast.

Auf dem Panel **“Lassen Sie uns persönlich werden – Ein Leitfaden über personalisierte Preispolitik”** diskutiert **Klaus Kohlmayr von IDeaS Revenue Solutions** mit seinen Gästen über Customer Choice Pricing und die neuen Chancen für Hoteliers.

ITB Hospitality Tech Forum

Donnerstag, 8. März 2018

15.30 - 16.00 Uhr

Halle 7.1c, eTravel Lab

Moderation:

Klaus Kohlmayr, Chief Industry Evangelist, IDeaS Revenue Solutions

Podiumsgäste:

Andrew Rubinacci, Senior Vizepräsident, Vertrieb & Globales Ertragsmanagement, Intercontinental Hotels Group

Tim Davis, Geschäftsführer, PACE Dimensions

Fabrice Otano, Chief Data Officer, Accor Hotels

Chinmai Sharma, Chief Revenue Officer, Taj Hotels, Resorts & Palaces

Besuchen Sie uns auch auf dem **IDeaS-Messestand in Halle 8.1/110** auf der ITB Berlin vom 7. bis 11. März 2018

Über IDeaS

Mit täglich über einer Million auf ihren fortschrittlichen Systemen berechneten Zimmerpreisen führt IDeaS Revenue Solutions mit ihren aktuellen Revenue Management Lösungen und Beratungsdienstleistungen die Branche an. Mit der Kraft von SAS® und über 25 Jahren Erfahrung ist IDeaS stolz darauf, über 7.000 Kunden in 94 Ländern zu betreuen, und arbeitet unermüdlich daran, Hotelbetreibern mehr Einblicke in die Möglichkeiten zum Managen der hinter der Kalkulation der Hotelzimmerpreise steckenden Daten zur Verfügung stellen.

IDeaS hilft seinen Kunden dabei, eine Revenue Management-Kultur aufzubauen und zu pflegen – von Einzelobjekten bis zu weltberühmten Häusern – durch den Fokus auf ein einfaches Versprechen: das Erzielen höhere Umsätze.

IDeaS bietet umfangreiches Wissen, Kompetenz und langjährige Erfahrung, um mit modernsten Analysemethoden auf erprobten Revenue Management-Verfahren aufzubauen, um benutzerfreundlichere, aussagekräftigere und rentablere Umsatzmöglichkeiten zu schaffen – nicht nur für Hotelzimmer, sondern für das gesamte Spektrum eines Hotelunternehmens.

Mehr auf www.ideas.com

###