

"Smarte" Preise für "hybride" Gäste - mit "Clever Pricing"(TM) vom Preis- zum Leistungswettbewerb in der Hotellerie

Utl.: Gäste treffen keine rationalen Kaufentscheidungen. Hoteliers können mit "Clever Pricing"(TM) reagieren, wenn gleiche Produkte mit unterschiedlichen Preisen bewertet werden. =

Linz (TP/OTS) - "Neueste Erkenntnisse der Preispsychologie widerlegen die Gesetzmäßigkeit von rationalen Kundenkaufentscheidungen. Preis mal Menge ist nicht mehr der bestimmende Faktor. Der Gast agiert "hybrid", d.h. er bewertet gleiche Produkte je nach Preis unterschiedlich", erläutert Mag. Manuela Wiesinger, Consultant der con.os tourismus.consulting gmbh das aktuelle Konsumverhalten. Statt touristische Produkte nur für unterschiedliche Zielgruppen mit Namen wie "Romantik-, Freundinnen-, Gourmet-, oder Golfpakete" zu schnüren, bedarf es zusätzlich neuer Preisstrategien für "Verlustaversive", "dynamisch Preisbereite" oder "Schnäppchenjäger". Erstere sind mit Qualitäts- und Garantieverprechen anzulocken. Dynamisch Preisbereite, die regelmäßig ihre definierte Zahlungsbereitschaft überziehen, erwarten Premiumangebote. Schnäppchenjäger reagieren stark auf einen gewährten Rabatt, selbst wenn der am Ende bezahlte Preis immer noch ein hoher ist.

"Clever Pricing"

Wiesinger: "Aktuelle Preisstrategien setzen daher auf einen Wandel vom Preis- zum Leistungswettbewerb. Ein Preis erhält erst seinen Wert, wenn er mit einer Leistung in Zusammenhang steht. Reine Diskont- und Tiefpreisstrategien disqualifizieren sich daher aufgrund der erforderlichen Nachfragesteigerung von selbst." Leistungs- statt Preiswettbewerb ist daher das zu verfolgende Ziel. Preis-Leistungsangebote werden durch Zugabe kosten-ärmer jedoch wert-voller Leistungen aufgewertet. Der hybride Gast wird in nachfrageschwachen Zeiten durch "smarte" Angebote überrascht und zur Buchung animiert. Sind Preissignale dennoch nötig, ist es wichtig, diese zeitlich begrenzt und mit speziellen Konditionen kombiniert (Anreise Sonntag, auf Anfrage einen Tag vor Anreise,...) darzustellen.

con.os Seminar "Clever Pricing"(TM)

Details und Hintergründe einer überlegten Preisbildung sowie zur Anwendung von Preisstrategien werden im con.os Seminar "Clever Pricing" vermittelt.

Alle aktuellen Presstexte auch auf <http://www.presetexter.at>

Rückfragehinweis:

con.os tourismus.consulting gmbh
Cornelia Hofbauer
Hietzinger Hauptstraße 45
A-1130 Wien
Tel.: +43 (0)1 3060606
Fax: +43 (0)1 3060606-10
c.hofbauer@conos.co.at
<http://www.conos.co.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4650/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0001 2012-03-29/08:00

290800 Mär 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120329_TPT0001