



**MAGYARORSZÁG**

**NTAK IRÁNYTŰ**

**MIT MUTATNAK AZ ADATOK?**



# Értékesítés

- A szobák átlagára és az átlagos bevétel egy vendégre és vendégéjszakára vetítve megmutatja, hogy az azonos kategóriába tartozó más szállásadókhoz képest átlagosan mekkora bevételt ért el a választott szálláshely.
- A kapacitásadatok (pl. szobakapacitás-kihasználtság, férőhely-kihasználtság) segítségével a szálláshely településén, turisztikai térségében az azonos kategóriájú szálláshelyek foglaltsága hasonlítható össze az adott időszakban. Ezen számok alapján új, realisabb célok tűzhetők ki az elkövetkező időszakra, és összemérhető a teljesítmény a versenytársak aggregált és anonim adataival.
- A belföldi vendégéjszakáknak az összes vendégéjszakán belüli aránya megmutatja, hogy az adott szálláshelyen mennyire jelentős a hazai vendégek száma. A TOP 3 legnagyobb küldőpiac azt mutatja meg, hogy mely országokból érkeztek a legtöbben az adott szálláshelyre. A települési, megyei és térségi átlagok ezen arányszámok összevetésére alkalmasak.
- Az előfoglalási adatok ezen mutatók várható alakulását vetítik előre a következő 3 hónapra.

# Kapacitásadatok

A kapacitásadatok (pl: szobakapacitás-kihasználtság, férőhely-kihasználtság) megmutatják, hogy adott szálláshely mennyire értékesítette sikeresen férőhelyeit más szálláshelyekéhez képest.

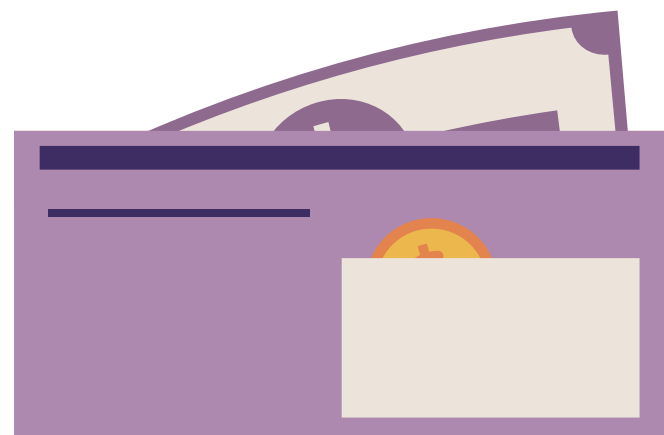


# Árpolitika és Revenue Management

- A települési, a térségi és a megyei átlagos bevételi és kapacitásadatok – vagyis a *benchmark értékek* – a szálláshely pozicionálásában segíthetik a szálláshely-szolgáltatót.
- Az átlagos értékektől való eltérés megmutatja, hogy melyek azok az árazás szempontjából fontos területek, ahol a magasabb jövedelmezőség érdekében az adott szálláshelynek érdemes lehet megerősítenie a pozícióját.
- A külföldi vendégek aránya és nemzetiségi összetétele az egyes küldőországokból érkezők költési hajlandóságát is jellemzi.
- Az adatokból kimutatható az adott szálláshely jövedelmezősége is. Ilyen például a vendégkör összetétele, amely meghatározza a bevételt – eltérő vendégkör eltérő bevételi nagyságot eredményezhet.

# Küldőpiacok és vendégkör

A vendégkör meghatározza a szálláshelyek jövedelemtermelő-képességét. Egy szálláshely nyereségesebb lehet a versenytársainál akkor is, ha pl. kevesebb számú, de magasabb költségi hajlandóságú vendéget céloz meg (pl. egy adott külföldi célcsoportot) és vonz be a szálláshelyre.



# Szobák átlagára és átlagbevétele

A szobák átlagára és átlagbevétele egy vendégre vetítve megmutatja, hogy az azonos kategóriába tartozó, de más szállásadókhoz képest a szálláshely átlagosan milyen bevételt ért el a vizsgált időszakban.



# Marketing és kommunikáció

- A versenytárs szálláshelyek vendégösszetételének ismerete segíthet beazonosítani a növekedési pontokat szálláshelyünk marketingkommunikációs gyakorlatában.
- A vendégösszetétel (külföldi/belföldi, küldőország) vizsgálata segíthet meghatározni, hogy milyen nyelvű (online és offline) marketing és kommunikációs tartalmakat gyártson adott szálláshely. Abban is segítséget nyújthat, hogy milyen nyelven beszélő munkatársakat érdemes alkalmazni.
- A historikus (elutazott vendégek foglalásai) és az előfoglalási (jövőben érkező vendégek foglalásai) adatok elemzése a hirdetési felületek meghatározásában és a keresőoptimalizálásban (SEO) nyújthat jelentős hozzáadott értéket.
- Amennyiben eltérés található a szálláshely és a térség vendégösszetételében, úgy a megcélzott vendégkör újraszegmentálása is könnyebben, a versenytársak adatainak ismeretében végezhető el.

# Vendégkör nemzetiségi összetétele

Ha adott szálláshely bevételei jelentősen elmaradnak a versenytársakétól, ezt magyarázhatja a vendégkör nemzetiségi összetétele is. Míg adott szálláshelyen elsősorban azokból az országokból származó turisták szállnak meg, akiket a tapasztalatok alapján alacsonyabb költség jellemez, a másik szálláshelyen többségben vannak azon országok látogatói, akik általában magasabb összegeket fordítanak utazásaikra.

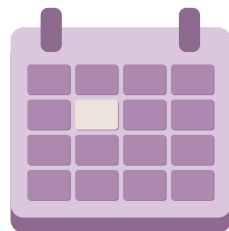
**Miért ilyen alacsony a külföldi vendégek aránya adott szálláshelyen?**

A személyzet nem megfelelő nyelvtudása miatt?

Vagy az idegennyelvű marketing kampányok hiánya okozza?

Esetleg a szolgáltatások minősége, összetétele vagy árazása nem megfelelő?

# Miért nagyon fontosak az előfoglalások?



Az előfoglalási adatokból a versenytárs szálláshelyek átlagos foglaltsága is látható. Fontos problémát jelezhet, ha a környező szálláshelyek foglaltsága jelentősen meghaladja adott szálláshelyét. A megfelelő marketing- és értékesítési eszközök alkalmazása mérsékelheti a leszakadást a versenytársaktól.