



SMART  PRICER

Die erfolgreiche Einführung dynamischer Preise bei Bergbahnen

 **MATTERHORN**
ZERMATT BERGBAHNEN

Berlin, 2021

Hintergründe und Herausforderungen der Zermatt Bergbahnen AG im Ticketing

Hintergründe

-  **Unternehmen:** Zermatt Bergbahnen AG
-  **Geografie:** Schweiz – Wallis
-  **Ticketumsatz:** +60 Mio. CHF
-  **Pistenkilometer:** 322 km
-  **Ticketsystem:** Skidata
-  **Preisstrategie:** Statisch-differenziert (3 Saisons)

Herausforderungen

Niedrige Onlineverkäufe
(unter 5%)

Hoher Anteil Kurzfristbucher,
hohe Wetterabhängigkeit



Stagnierende
Ticketumsätze

Hoher Anteil Eintageskarten, obwohl
viele Gäste mehrere Tage vor Ort sind

Die Evolution des Pricings der Zermatt BB AG seit 2017/18 erfolgte in drei Schritten

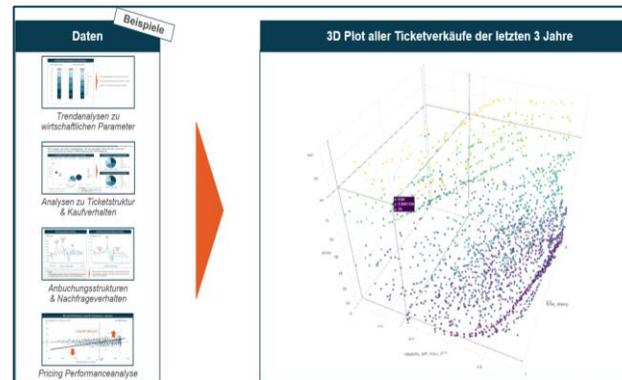
Winter 2017/18



TAGE	ZERMATT	INTERNATIONAL (ZERMATT-CERVINIA)
1/2 ab 12.15 Uhr*	60 CHF	-
1	80 CHF	85 CHF
2	150 CHF	155 CHF
3	200 CHF	210 CHF

- Zermatt vs Zermatt-International
- Rabatte für Mehrtageskarten
- Unterscheidung nach Personentypen

Winter 2018/19



Zusätzlich Einführung:

- 3 optimierte Saisonzeiten
- Kassen Servicezuschläge
- Online Rabatte

Pricing Software

Fokus

Winter 2019/20 - heute



- Schritt 1: Dynamisierung ausschließlich „per Hand“ durch One-Click Price Control
- Schritt 2: Dynamisierung im Autopilot mit Möglichkeit weiterhin „per Hand“ zu übersteuern

Fallbeispiel Zermatt: Die erfolgreiche Einführung dynamischer Preise bei Bergbahnen



Markus Hasler
CEO

Zermatt Bergbahnen AG



„Smart Pricer verfügt im Bereich Pricing über ein einzigartiges Angebot, das Beratung, Analytik-Power und Software kombiniert. Gemeinsam mit Smart Pricer haben wir ein dynamisches Preismodell entwickelt“

Die Einführung von dynamischen Preisen kann in drei Schritten erfolgen

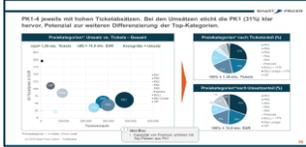


1 Im ersten Schritt führen wir eine Analyse der historischen Ticketdaten durch

Analysen



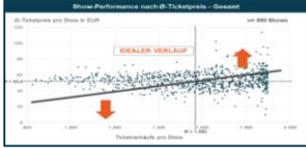
Trendanalysen zu wirtschaftlichen Parameter



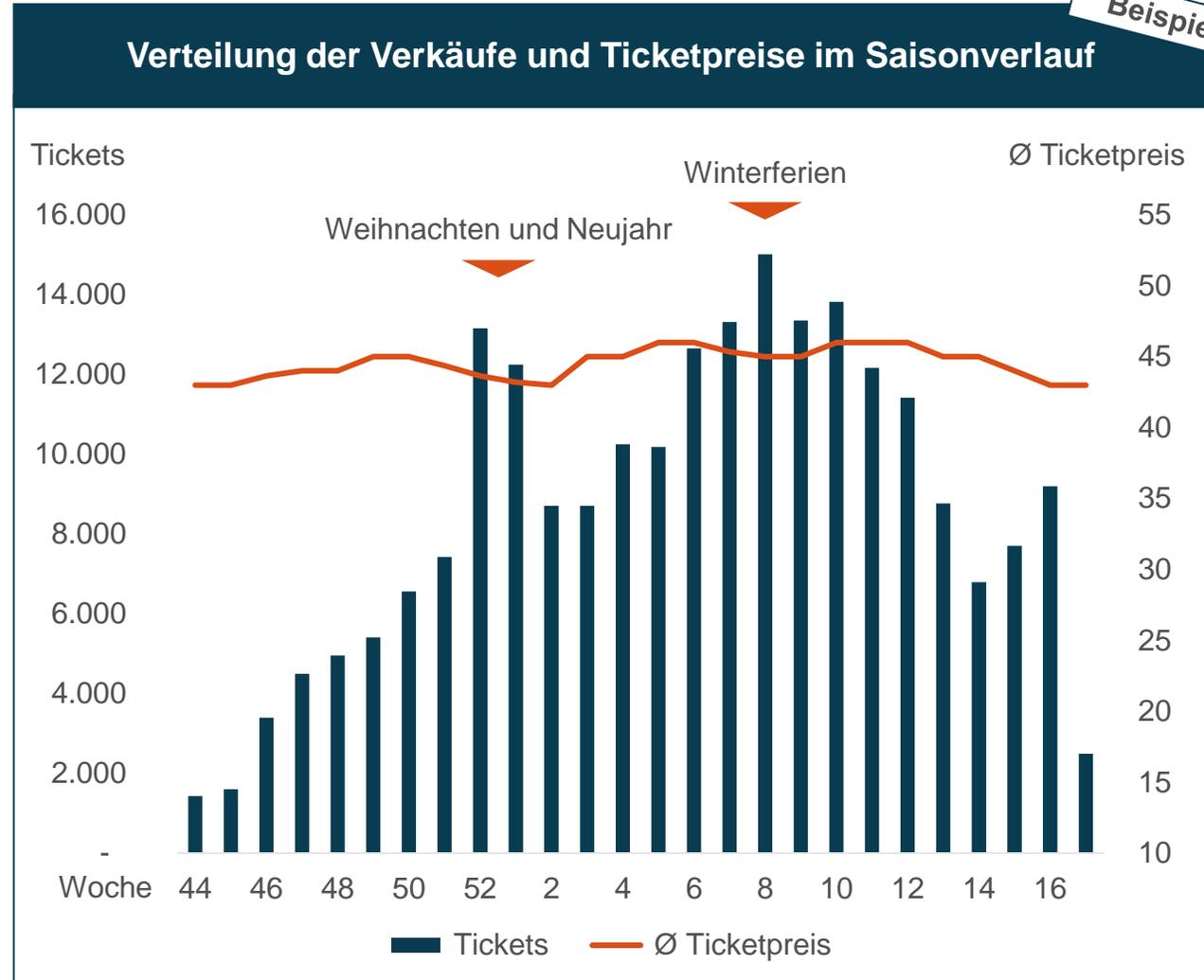
Analysen zu Ticketstruktur & Kaufverhalten



Anbuchungsstrukturen & Nachfrageverhalten



Pricing Performanceanalyse



1 ...durch eine umfassende Simulation können wir Umsatz – und Preiseffekte dynamischer Preise relativ genau vorhersagen

Beispieldaten

Inputs

Tempo Preisanpassungen

Umsatzeffekt

Inputs		Outputs	
Steering Aggressiveness	65	Revenue new	49.33 mio CHF
Save Config		Revenue old	45.59 mio CHF
		Change(CHF)	3.74 mio CHF
		Change (%)	8.2 %

Price change per Price Level (PL)

PL 1	PL 2	PL 3	PL 4	PL 5	PL 6	PL 7	PL 8	PL 9	PL 10
89 %	92.7 %	96.3 %	100 %	102.7 %	104.5 %	106 %	107 %	112.5 %	117 %

Preise je Preisstufe

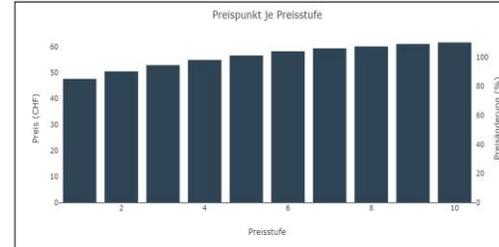
Seasons

Season	From	To	Min PL	Max PL
Grundsaison_1	27.11.2018	22.12.2018	4	10
Hochsaison_1	23.12.2018	09.01.2019	8	10
Grundsaison_2	10.01.2019	28.01.2019	4	10
Hochsaison_2	29.01.2019	13.03.2019	8	10
Grundsaison_3	14.03.2019	24.04.2019	4	10
	04.2019	01.05.2019	1	10

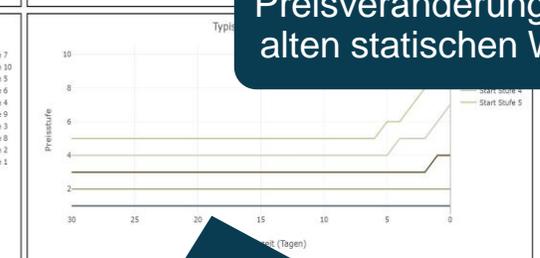
Min und Maxpreise je Saison

Outputs

Tickets pro Tag i) letzte Saison und ii) Prognose für kommende Saison



Preisveränderung zur alten statischen Welt



Anzahl Tickets je Preisstufe

Simulation Preisstufenverlauf je nach Vorverkaufszeit

2 Im zweiten Schritt legen wir gemeinsam die Preisstrategie sowie das „Regel-Set“ fest



„Scope“

Gesamtes Skigebiet oder nur Teile

Tickettypen

1 - 30 Tageskarten oder weitere Tickettypen

Kanäle

Online versus alle Kanäle

Min / Max- Preise

Zum Beispiel:
Min = 55 CHF, Max = 79 CHF

Frequenz Updates

Wöchentliche, tägliche oder stündliche
Preisanpassungen

2 Die Preishoheit liegt auch bei dynamischen Preisen weiterhin bei der Bergbahn – definiert durch Minimum & Maximum Preise („Preisspanne“)

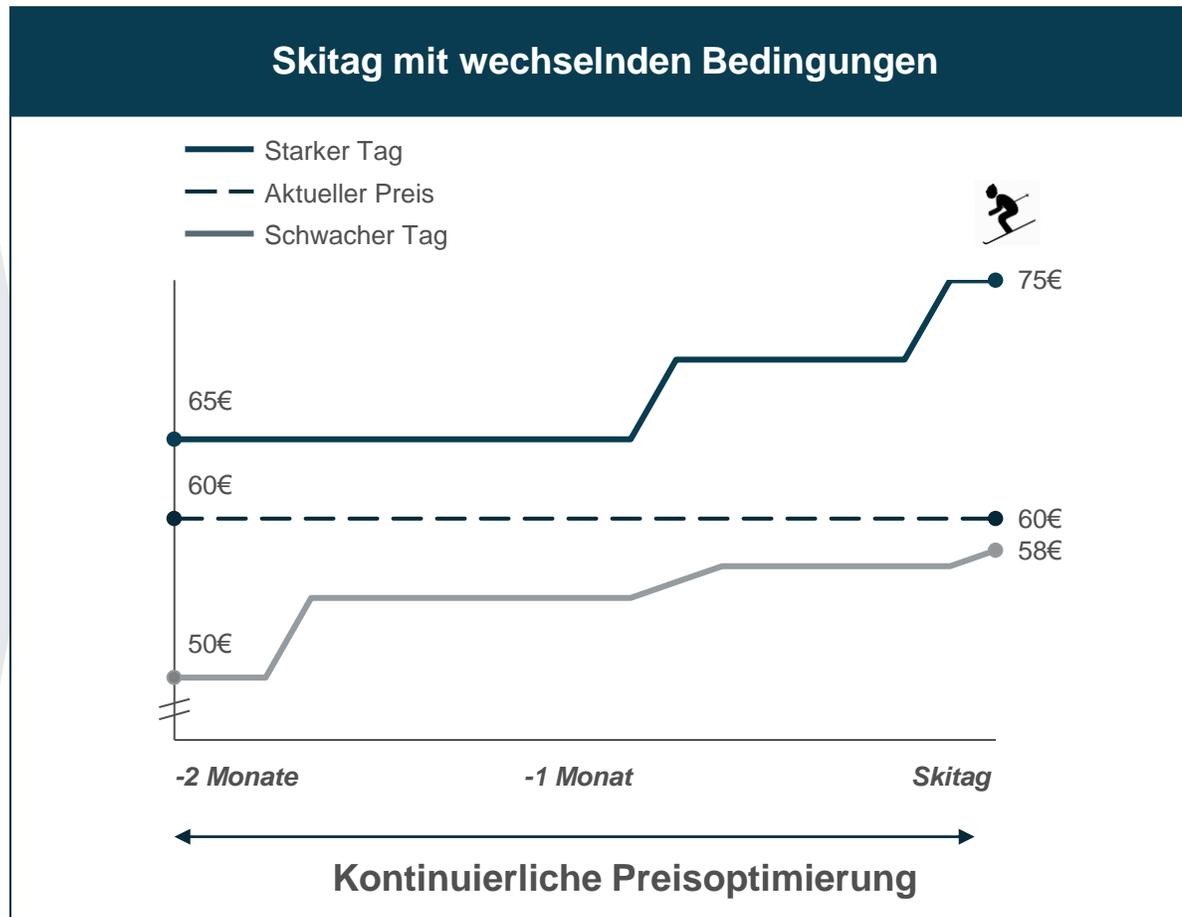
			
Statischer Preis (Hauptsaison)	56,00 EUR	60,00 CHF	79,00 CHF
Dynamische Preisspanne	<p><i>Nur Online</i></p> <p>Minimum: Online: 44,00 EUR (-21%)</p> <p>Maximum: 60 - 62,00 EUR*(+7%-11%) *Weihnachts- und Faschingsferien</p>	<p><i>Online & TK</i></p> <p>Minimum: Online: 46,00 CHF (-23%) TK: 49,00 CHF (-18%)</p> <p>Maximum: 66,00 CHF (+10%)</p>	<p><i>Online & TK</i></p> <p>Minimum: 45,00 CHF (-43%)</p> <p>Maximum: 105,00 CHF (+33%)</p>
Preisaggressivität	Moderat	Moderat	Aggressiv

2 Wie könnte ein Skitag für zwei verschiedene Nachfrageszenarien aussehen?



Relevante Faktoren:

- Basis Version:
 - Woche und Tag
 - Vorverkäufe
 - Ferien
- Auf Kundenwunsch:
 - Wetter
 - Bettenbelegung im Ort



3 Im dritten Schritt passen wir die Kunden-Kommunikation an – ein wesentlicher Erfolgsbaustein bei der Einführung von dynamischen Preisen

Preiskalender inkl. Farbcodierung & Frühbucherrabatt

Schwache Tage mit geringerer Nachfrage = günstigerer Ticketpreis

Spitzentage ab dem 26.12 mit hoher Nachfrage = höherer Ticketpreis

Je früher man bucht, desto höher der Rabatt

MO	DI	MI	DO	FR
16 DEZ	17 DEZ	18 DEZ	19 DEZ	20 DEZ
23 DEZ	24 DEZ	25 DEZ	26 DEZ	27 DEZ
30 DEZ	31 DEZ	1 JAN	3 JAN	4 JAN

TO 19 April 2020 Sunday

5% early bird discount
CHF 199.00

5% early bird discount
CHF 178.00

ADD TO CART

Pressemitteilung zur neuen Preisstrategie

Transparenz: „Wochen und Tage im Voraus buchen oder mehrtägiger Aufenthalt“

Positive Botschaft: „mit attraktiven Preisen belohnen“

ZERMATT, SCHWEIZ UND BERLIN, DEUTSCHLAND – 13. März 2018
Die Zermatt Bergbahnen AG (ZBAG), Betreiber des bekannten Schweizer Skigebiets am Fusse des Matterhorns, und Smart Pricer, Europas führender Anbieter für Dynamic Pricing Software und Beratung im Sport und Entertainment-Bereich, haben gemeinsam ein neues dynamisches Preismodell erarbeitet, welches auf die Wintersaison 2018/19 eingeführt werden soll. Die dynamischen Preise werden anhand von Auslastung, Nachfrage und Buchungszeitpunkt festgelegt.

Antwort auf das Warum: „Betriebsabläufe planen...Wartezeiten zu verkürzen“

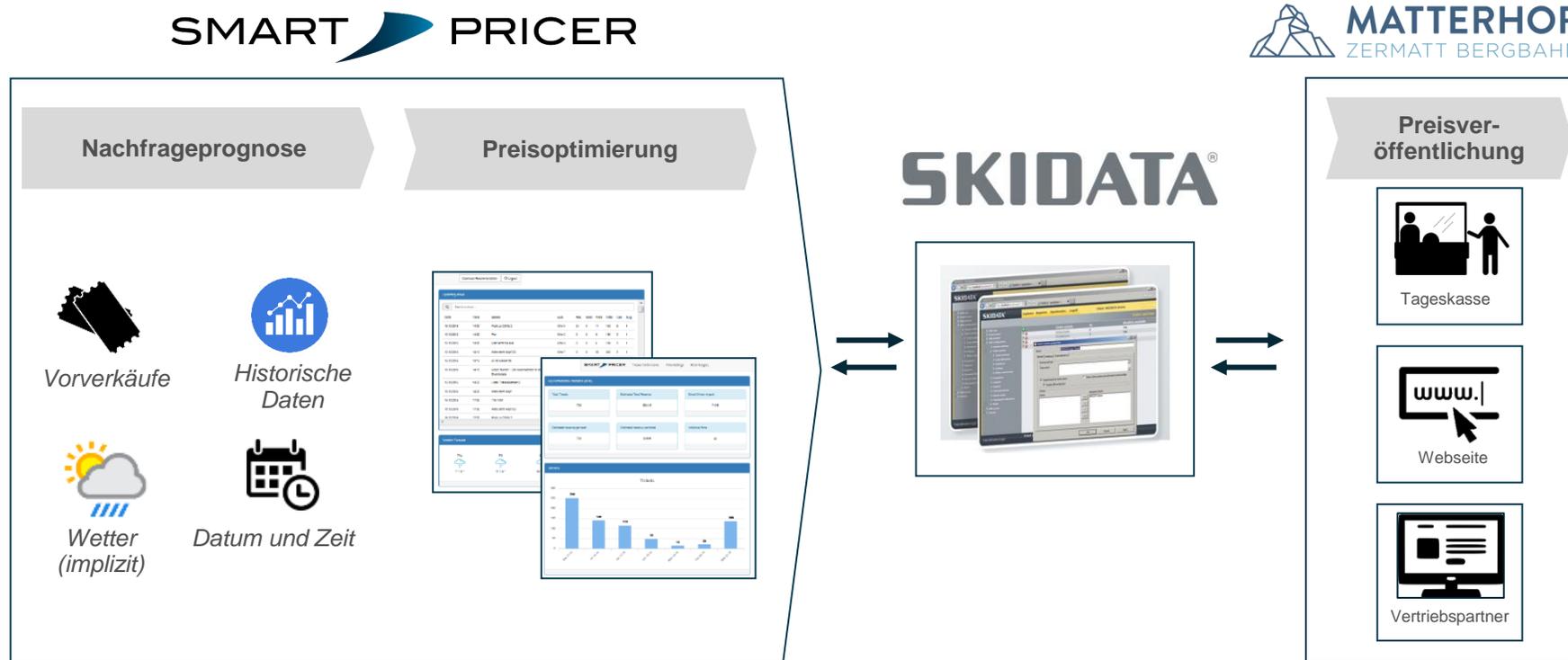
„Mit dem neuen Preismodell möchten wir jene Gäste mit attraktiven Preisen belohnen, die sich schon Wochen oder Tage im Voraus für einen mehrtägigen Aufenthalt in unserem Skigebiet entscheiden. Dies wird uns helfen, unsere Betriebsabläufe besser zu planen und Wartezeiten an Kassen und Liften zu verkürzen.“, sagt Markus Hasler, CEO, der ZBAG.

3 Beispiel St Moritz: Frühbucher werden belohnt, wer spät kommt zahlt etwas mehr

A graphic with a light blue background. At the top, there are three stylized mountain peaks in a darker shade of blue. Below the peaks, the words "Snow-Deal" are written in a large, blue, cursive script. A thick, blue brushstroke underline is positioned beneath the text.

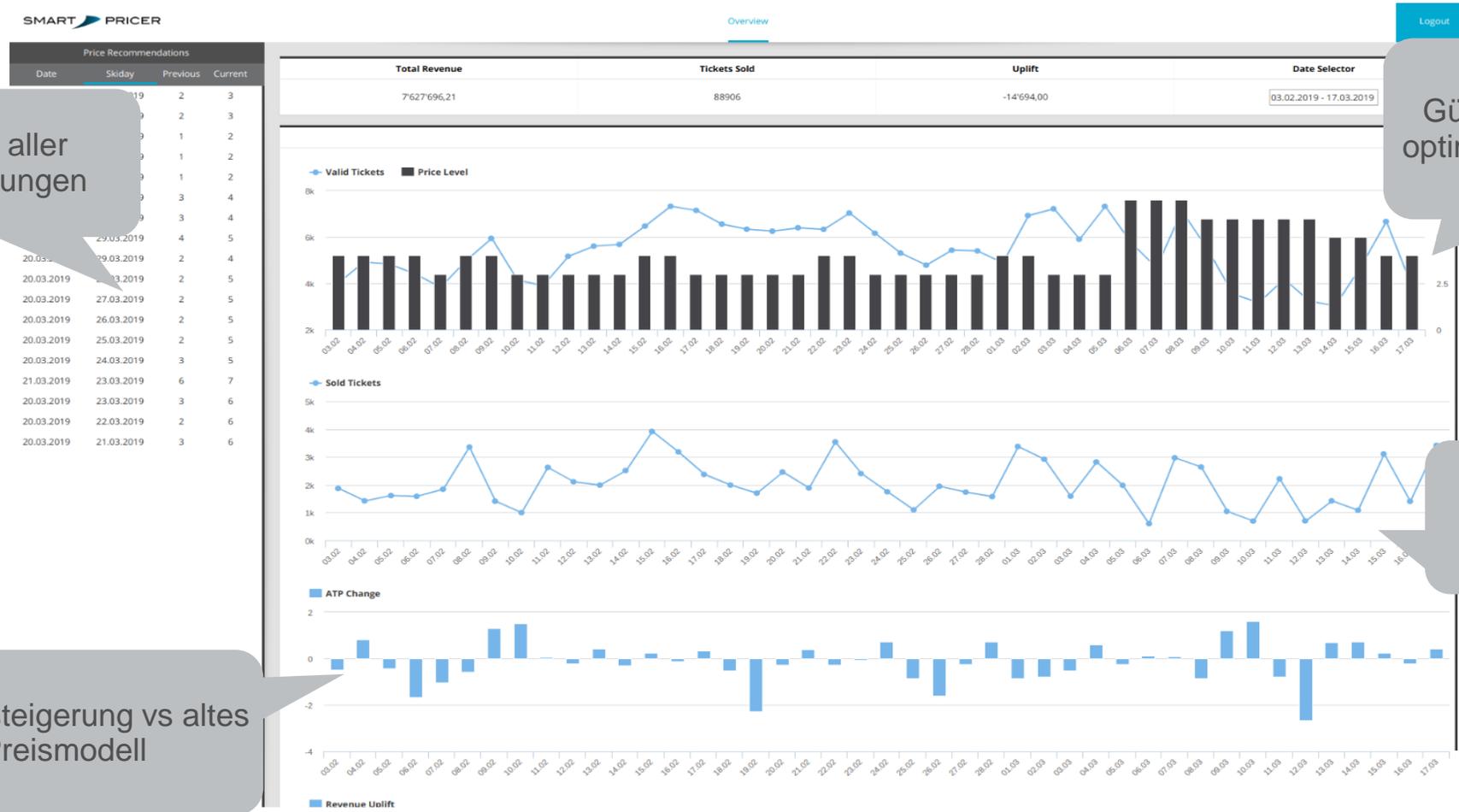
Snow-Deal

3 LIVE – Unser Smart Pricer Service prognostiziert die Nachfrage und optimiert Preise automatisch, die Bergbahn behält die volle Kontrolle



- ✓ Bergbahn steckt den Rahmen für die Preisstrategie ab (Min/Max-Preise, Tempo Preisanpassungen, etc.)
- ✓ Smart Pricer optimiert voll automatisch im Hintergrund basierend auf definiertem Regel-Set

Mit dem Smart Pricer Webtool behalten Bergbahnen jederzeit den Überblick...



Übersicht aller Preisänderungen

Gültige Tickets und optimales Preisniveau

Umsatzsteigerung vs altes Preismodell

Verkaufte Tickets

[Link zum Demo-Tool](#)

...und behalten jederzeit die volle Kontrolle über die Preise

Overview **Price Control**

Übersicht aller Tage im Verkauf

Preislevel Overwrite Funktion

Date	Valid Tickets	Price Level	Price Level Overwrite	
05.12.2020	5	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
06.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
07.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
08.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
09.12.2020	1	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.12.2020	5	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.12.2020	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	0	1	<input type="text" value="0"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Übersicht bereits verkaufter Tickets pro Tag

Automatisierte Preisanpassungen

[Link zum Demo-Tool](#)

Die Effekte seit Einführung des „Smart Pricings“ bei den Zermatter Bergbahnen

