



SMART  PRICER

Die erfolgreiche Einführung dynamischer Preise bei Bergbahnen

 **MATTERHORN**
ZERMATT BERGBAHNEN

Berlin, 2020

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

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

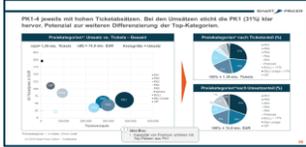


1 Im ersten Schritt führen wir eine 360° Analyse der historischen Ticketdaten durch

Analysen



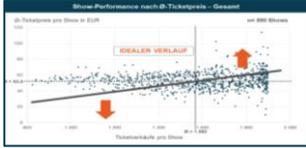
Trendanalysen zu wirtschaftlichen Parameter



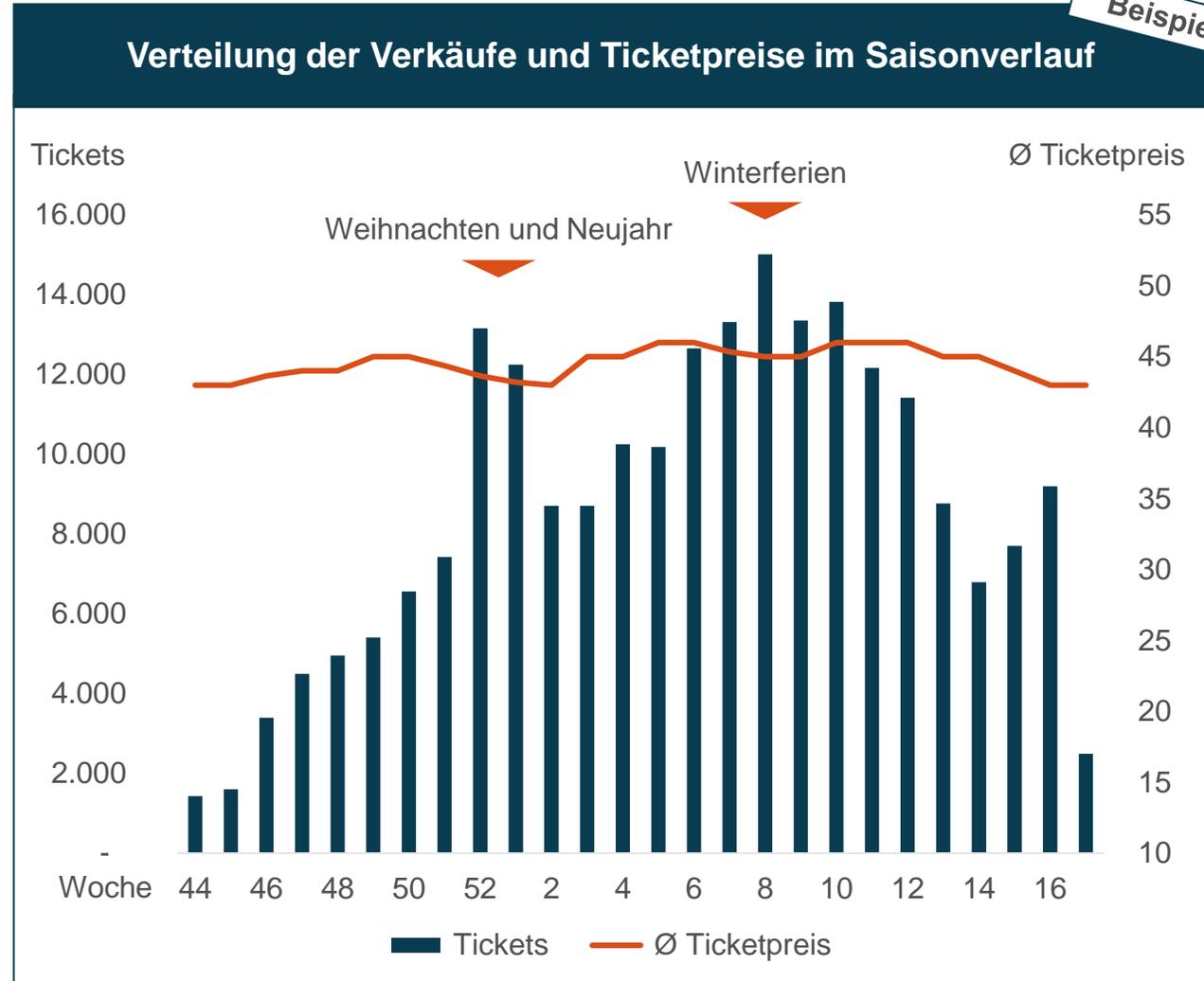
Analysen zu Ticketstruktur & Kaufverhalten



Anbuchungsstrukturen & Nachfrageverhalten



Pricing Performanceanalyse



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

Beispiel

Einstellung von Min/Max-Preisen und Tempo von Preis-anpassungen

Preise je Preisstufe

Simulation der verkauften Tickets pro Preisstufe in %



Prognostizierte valide Tickets pro Tag

Preisveränderung zur alten statischen Welt

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

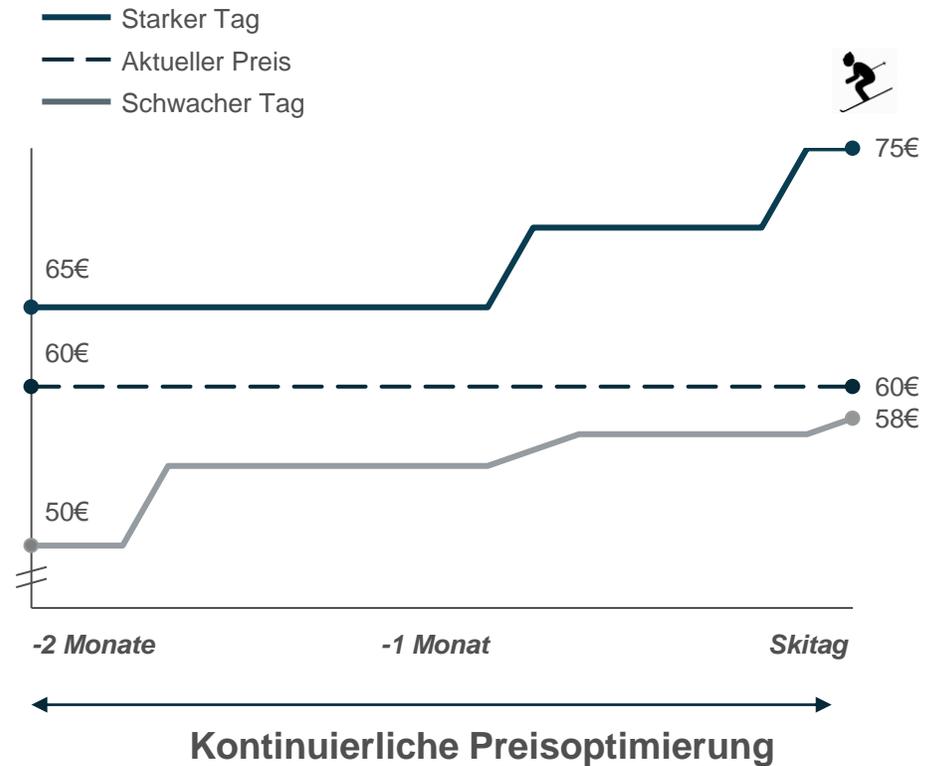
2 Wie könnte ein Skitag für zwei verschiedene Nachfrageszenarien aussehen?



Relevante Faktoren:

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

Skitag mit wechselnden Bedingungen



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

Dynamische Preise & Frühbucherrabatt im Webshop

The screenshot shows a booking interface for a '3 days ski pass Zermatt'. It features two date selection steps: 'Date of excursion' (Step 1) and 'Ticket date' (Step 2). In Step 1, the dates are April 17 (Friday) to April 19 (Sunday), with a price of CHF 199.00 (originally CHF 209.00 with a 5% early bird discount). In Step 2, the dates are May 01 (Friday) to May 03 (Sunday), with a price of CHF 175.00 (originally CHF 184.00 with a 5% early bird discount). The interface also shows options for 'ADULTS' and 'YOUTH (3 days)'. Callouts highlight: 'Unterschiedliche Preise je Saisonzeitpunkt' (Different prices by season point in time), 'Je früher man bucht, desto höher der Rabatt' (The earlier you book, the higher the discount), and 'Differenzierung nach Alter' (Differentiation by age).

Pressemitteilung zur neuen Preisstrategie

The image shows a snowy mountain landscape under a clear blue sky. A callout box contains the text: 'Transparenz: „Wochen und Tage im Voraus buchen oder mehrtägiger Aufenthalt“' and '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“

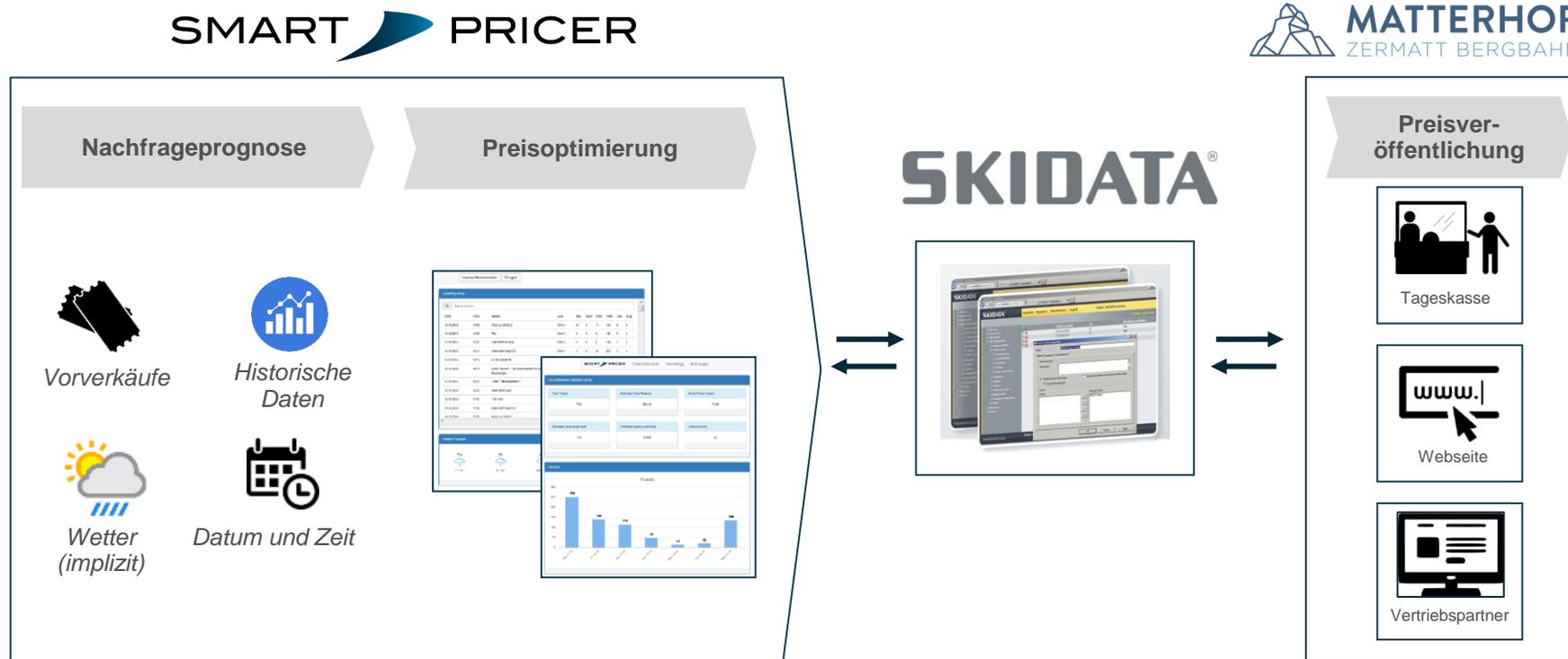
„Mit dem neuen Preismodell möchten wir jene Gäste mit attraktiven Preisen belohnen, die sich schon Wochen oder Tage im Voraus für einen mehrtägigen Aufenthalt in unserem Skigebiet entscheiden. Dies wird uns helfen, unsere Betriebsabläufe besser zu planen und Wartezeiten an Kassen und Liften zu verkürzen.“,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

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



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

Ergebnisübersicht nach zwei Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit

- ✓ **Ticketumsatz:** +4 - 6% Steigerung der Ticketumsätze vs. vergleichbare Saisons
- ✓ **Ticketpreis:** +3 - 5% Steigerung des durchschnittlichen Ticketpreises/ Ertrag pro Skitag
- ✓ **Online-Anteil:** mehr als +600% gesteigert seit Zusammenarbeit
- ✓ **Tickettypverteilung:** +30 - 40% Anstieg des Mehrtageskarten verkauf
- ✓ **Besuchersteuerung:** +2 - 3% mehr Ersteintritte an schwachen Tagen



Weitere Dynamic Pricing Partner von Smart Pricer:

