

Strategie per il soggiorno minimo

— Come ottimizzare la visibilità e la redditività

Leggila solo se sei pronto a:

- ✔ Intervenire sulla gestione degli alloggi per massimizzare i profitti
- ✔ Conoscere strategie collaudate per adattare alla tua realtà
- ✔ Ridurre lo stress aziendale aumentando la soddisfazione dei tuoi ospiti



A cura di Marco Nicosia
Founder e CEO Full Price



FULLPRICE
Revenue Management Extra-Alberghiero

Soggiorni brevi, soggiorni lunghi: questo è il dilemma

In ambito extralberghiero è un classico parlare con colleghi che non ammettono soggiorni di breve durata e le ragioni sono principalmente 2.

1. Fare i conti del passato

In parte, questo atteggiamento è un retaggio del passato quando il nostro settore era prettamente caratterizzato da soggiorni discretamente lunghi, in particolare per le strutture fuori dai centri abitati.

2. Fare i conti col portafoglio

Questo approccio è strettamente legato anche alla alta incidenza di costi presente nei soggiorni di breve durata. E in effetti i soggiorni di breve durata comportano:

- **Lavoro Aggiuntivo:** Ogni ospite, indipendentemente dalla durata del soggiorno, richiede un certo livello di servizio e assistenza. Tuttavia, i soggiorni brevi tendono a richiedere una quantità proporzionalmente maggiore di lavoro in termini di check-in, pulizia e gestione. Questo comporta costi aggiuntivi per il personale e le risorse logistiche.
- **Manutenzione e Pulizia:** Le stanze e le proprietà devono essere pulite e mantenute tra un ospite e l'altro. Nei soggiorni brevi,

questa manutenzione diventa più frequente, aumentando i costi associati all'usura delle strutture.

- **Fornitura di Servizi:** Gli ospiti in soggiorni brevi spesso richiedono un accesso immediato a servizi come la colazione, il cambio di biancheria e il servizio in camera. Questi servizi possono essere costosi da fornire a breve termine e possono influenzare negativamente la redditività.
- **Gestione delle Prenotazioni:** L'accettazione di soggiorni brevi comporta una gestione più complessa delle prenotazioni, poiché è necessario coordinare un maggior numero di check-in e check-out, il che richiede risorse aggiuntive e può portare a errori amministrativi costosi.



E tu, cosa sceglieresti?

Sono sicuro che se dovessi scegliere tra prenotazioni con soggiorni lunghi o brevi anche tu preferiresti i primi rispetto ai secondi: essi **diminuiscono i costi variabili e, dovendo ricevere meno prenotazioni per le stesse room night vendute, anche la tua mole sarebbe minore.**

Per fare questo però, impostare una restrizione di soggiorno minimo stabile tutto l'anno potrebbe peggiorare le tue performance di vendita per due motivi principali:

- **Penalizzeresti sensibilmente la tua visibilità**, in quanto il tuo annuncio non comparirà ai viaggiatori in ricerca di

soggiorni più corti rispetto alla tua restrizione;

- **Si potrebbero generare dei “buchetti” nel tuo calendario** che non potrai colmare se non operando manualmente sulle singole notti rimaste invendute (abbassando quindi manualmente la restrizione richiesta, con molto dispendio di tempo ed energia).

Ecco perché in questa guida voglio darti alcuni spunti per poter lavorare con restrizioni pensate correttamente, che, oltre alla garanzia di un soggiorno lungo, mirino anche alla buona performance di vendita.



— Come agire?

Una strategia step-by-step

Voglio condividere con te il modo in cui risolvere la questione del **soggiorno minimo**, attraverso una semplice regola.

Le prenotazioni di lunga durata sono tipicamente progettate con un anticipo maggiore rispetto a quelle più brevi.

Sfruttando questa natura prevedibile delle prenotazioni, è possibile ottimizzare la propria strategia di soggiorno minimo.

E adesso vediamo nello specifico come applicarla.

Pensa a quando programmi una settimana di vacanza al mare rispetto a un breve weekend. La prima richiederà molto più tempo di preparazione rispetto alla seconda. Puoi utilizzare questo comportamento prevedibile dei viaggiatori a tuo vantaggio, impostando restrizioni aggressive inizialmente e adattandole man mano che si avvicina la data di soggiorno.

L'impostazione iniziale potrebbe essere di un **soggiorno minimo di tre notti**. Questo assicura che tu stia cercando prenotazioni più lunghe da ospiti che programmano in anticipo.

A **60 giorni** dalla data **riduci la restrizione a un soggiorno minimo di due notti**. Questo ti permette di accogliere prenotazioni da ospiti che potrebbero aver fatto programmi un po' meno in anticipo.

A **30 giorni** dalla data, infine, **elimina completamente il soggiorno minimo** in modo da poter riempire qualsiasi data disponibile rimasta, accettando anche prenotazioni dell'ultimo minuto.

Questo modello di soggiorno minimo variabile è solo un esempio. Potresti aver bisogno di adattare le tempistiche in base alla tua posizione e alle tendenze delle prenotazioni.

Monitorando regolarmente le tue prenotazioni e i tassi di occupazione potrai adattare al meglio le tue restrizioni di conseguenza.

Rispettando una strategia così strutturata, non solo si riesce a mantenere una certa visibilità, ma si ottimizza anche il processo di prenotazione mantenendo l'equilibrio tra i due obiettivi principali:

- Assicurarsi **prenotazioni a lungo termine**;
- La necessità di **riempire il calendario**.



— Come agire?

La trasformazione di Mario

Nel 2018, conobbi **Mario**: gestore di 40 appartamenti nel cuore di Milano. Pur vantando un fatturato solido, Mario si trovava davanti a un bivio: **guadagnava, sì, ma con margini ridotti e un livello di stress aziendale alle stelle.**

L'origine del problema? Un'elevata frequenza di arrivi e una manodopera incessante. Il motivo? Mai un minimo di restrizione di soggiorno! Con un soggiorno medio di appena 1,7 notti, era chiaro che qualcosa non andasse.

Mario confessò di aver tentato l'approccio delle restrizioni, ma le visualizzazioni e, di conseguenza, il fatturato erano precipitati. Era scoraggiato.

Nella nostra collaborazione, ho mostrato a Mario una nuova prospettiva: **la magia di dinamicizzare non solo i prezzi ma anche le restrizioni di soggiorno.** Con fiducia, Mario ha intrapreso il cammino con me.

Fast-forward al presente: la struttura di Mario non solo ha visto un incremento del fatturato del 30% rispetto al 2018, ma, ancor più sorprendente, il suo soggiorno medio ha fatto un balzo da 1,7 a 3,1 notti!

Ciò si è tradotto in costi ridotti e un'atmosfera lavorativa decisamente meno stressante per lui e il suo team. Direi un traguardo straordinario, non credi?



Il Team Full Price

Sono Marco Nicosia. A 20 anni ho iniziato a gestire il mio B&B e grazie a questa esperienza **mi sono reso conto che esisteva un mondo da scoprire sul tema delle tariffe**. Un mondo che poteva fare la differenza.

Nel 2017 si è concretizzato il progetto di creare un'agenzia di gestione delle tariffe, la prima in Italia specializzata per camere, appartamenti, B&B e agriturismi: **Full Price**.

In pochi anni siamo arrivati a gestire dinamicamente le tariffe di oltre 1000 alloggi in molte nazioni e città nel mondo tra cui Milano, Londra e Miami, Dubai.

Oggi, Full Price non è più solo Marco Nicosia, ma è un team di grandi professionisti che si è ampliato e strutturato, un software proprietario in costante ottimizzazione e una importante attività consulenziale che aggiunge valore e profitto.



Ora sei pronto

— Se hai letto fin qui, hai già fatto un passo importante nella gestione dei tuoi alloggi

- I soggiorni brevi comportano costi e lavori aggiuntivi, ma possono essere gestiti strategicamente.
- Dinamicizzare restrizioni e prezzi può fare la differenza tra una struttura prospera e una che fatica a rimanere a galla.
- L'approccio variabile al soggiorno minimo può aiutarti a bilanciare visibilità e redditività.
- Monitora e adatta le tue strategie in base alle tendenze e ai comportamenti dei clienti.
- Ogni struttura ha le sue sfide uniche. Non esitare a cercare consiglio e adattare le strategie alle tue esigenze specifiche.

Il mondo extralberghiero è in costante evoluzione. Ma una cosa resta certa: con la giusta strategia, dedizione e un po' di creatività, **è possibile ottenere risultati straordinari.** La storia di Mario ne è la prova vivente

Se sei pronto a intraprendere un percorso simile e desideri ottimizzare la gestione dei tuoi alloggi, non aspettare un altro giorno. L'opportunità di trasformare il tuo business è adesso!

Non perdere l'opportunità di migliorare il rendimento dei tuoi alloggi

Contattaci e **inizia il tuo viaggio verso il successo.**

CONSULENZA GRATIS

(<https://www.full-price.it/servizi/revenue-plan/>)

+

-

0

+

100

-



Extra Revenue SRL

Via Ruggero Bardazzi 66 - 50127 Firenze (Italia)
Tel: (+39) 392 1414546 - Mail: info@full-price.it