

Myrate Regionales Raten Management

Häufig gestellte Fragen:

Wer sind die Köpfe hinter myrate?

Wir sind Svend Evertz, Kristina Peters und Renko Hermans ´. Wir sind alle gelernte Fachkräfte in der Hotellerie und Unternehmer. In den letzten zwei Jahren haben wir myrate entwickelt und wollen Ihnen damit ein einfaches Mittel an die Hand geben, um einfach und unkompliziert auf komplizierte Preisentwicklungen und Zusammenhänge reagieren zu können.

Wie lange gibt es schon die Firma myrate?

Die erste Idee zu myrate hatten die Gründer im September 2020. Wir haben die Zeit der Pandemie genutzt und unsere 20-jährige Beratungserfahrung in der Stadthotellerie und dem Tourismus zusammengeworfen und mit myrate ein Startup gegründet, das sich um die wichtigen **Themen Revenue Management und Daten** in der Touristik kümmert.

Worum geht es?

Es geht um Orientierung bei der Preisgestaltung und darum, auf die Veränderung der buchenden Gäste einzugehen.

Basierend auf tagesaktuellen Informationen zu den preislichen Entwicklungen erhalten Sie und ihre Kollegen aller online buchbaren Beherbergungsbetriebe der Region Vergleichszahlen auf einen Blick. Jeder Betreiber in der Region erhält unternehmensspezifische, abgestimmte und fundierte Potentiale für die eigene, individuelle Raten- und Online-Strategie, die von professionellen Revenue Managern errechnet werden.

Das System ist so konzipiert, dass eine ganze Region, unterstützt durch die aktuellen Informationen, ein gesundes und stabiles Gästeaufkommen generieren kann.

Benötigt myrate eine Schnittstelle zu meinem System?

Wir benötigen keine Schnittstelle. Die Daten sind alle im Internet frei verfügbar. Wir sammeln diese von unterschiedlichen Quellen und bringen sie im Newsletter zusammen.

Was sind das für Daten?

Wir sammeln Daten im ersten Schritt in Bezug auf Preis und Verfügbarkeiten für die gesamte Region. In der weiteren Entwicklung lassen wir auch Bewertungen, verschiedene Mindestaufenthaltsdauern, Events und Saisondaten mit einfließen. Zusätzlich können diese mit den Daten einer Wahlregion verglichen werden.

Welche Quellen benutzt ihr?

Wir sammeln die Daten auf unterschiedlichen Buchungsplattformen, den so genannten OTA und auch den Webseiten der Tourismusverbände und vielen anderen.

Warum schickt Ihr einen Newsletter?

Wir haben uns für einen Newsletter im pdf-Format entschieden, damit auch wirklich alle darauf zugreifen können. Die verschiedenen Beherberger haben unterschiedliche Systeme im Einsatz und ein pdf-Newsletter ist auf jedem Gerät zu öffnen. Ebenfalls haben wir während unserer vorherigen Beratertätigkeit festgestellt, dass Systeme mit einem LogIn relativ schnell nicht mehr richtig genutzt werden.

Was sind die Vergleichsregionen und wofür werden diese benötigt?

Zusammen mit dem Tourismusverband haben wir zwei bis drei Vergleichsregionen identifiziert. Diese unterscheiden sich in gewissen Punkten und sind nicht komplett identisch, liefern aber mit ihren Preis- und Verfügbarkeitstrends Aussagen für die angezeigten Potentiale in unserer Region.

Warum spielt ihr die Potentiale nicht direkt in meinen Channel Manager ein?

Wir haben uns bewusst gegen ein solches Vorgehen entschieden, da wir jedem Unternehmer die Entscheidung überlassen möchten, wie er auf die jeweiligen Gegebenheiten reagiert. Weiterhin würde das den Preis des Systems aufgrund des damit verbundenen Aufwandes stark erhöhen.

Was meint ihr mit Beherbergungskategorie, was ist das?

Die Beherbergungskategorie ist eine Sammlung von verschiedenen Betrieben, Betreibern und Einheiten. Im Vorfeld wurden alle Betriebe in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband intensiv betrachtet und kategorisiert, um die Betriebe vergleichbar zu machen. In einer Kategorie finden sich Einheiten mit den größtenteils identischen Eigenschaften. Zum Beispiel werden Apartments nicht mit Hotels verglichen und umgekehrt. Ein Resort wird nicht mit einem Ferienhaus verglichen und eine Villa nicht mit einer Ferienwohnung.

Warum erhalten wir keine individuellen Preisempfehlungen für unsere Betriebe?

Jeder Betrieb ist einzigartig. Diese Prämisse gilt für alle unsere Newsletter. Die angezeigten Potentiale sind ein Indikator dafür, was an einem bestimmten Tag gemacht werden kann, um den Umsatz zu optimieren. Jeder Beherberger kann auf das ausgewiesene Potential reagieren, muss es aber nicht.

Dadurch, dass wir einer gesamten Beherbergergruppe die Durchschnittspreise und das Durchschnittspotential aufzeigen, ist es nicht möglich, dass andere Beherberger in der gleichen Beherbergungskategorie einen Rückschluss auf Ihre individuellen Preise ziehen können. Somit hat jeder einzelne die Möglichkeit zu überprüfen, wo er im Vergleich in seiner Region und den Vergleichsregionen steht.

Wichtig: Alle unsere Informationen sind anonymisiert und enthalten keinerlei Bezug zu den einzelnen Betrieben oder Personen.

Wie könnt ihr mir ohne Zugang zu meinem System brauchbare Informationen liefern?

Wir sammeln die Daten, die von Ihrem Betrieb öffentlich verfügbar sind und setzen diese ins Verhältnis zu den anderen Betrieben. Hier fließen solche Faktoren wie Zeitraum der Betrachtung, Anzahl der Daten und Revenue Management Prinzipien mit ein. Durch die flächendeckende Betrachtung auch der Vergleichsregionen im Vergleich zu ihrer Region und vielen anderen Parametern sind wir in der Lage detaillierte Informationen zu liefern - ohne eine Schnittstelle zu einer Hotelsoftware.

Was passiert, wenn ich keine Daten öffentlich im Internet zur Verfügung stelle?

Dann wird Ihr Betrieb bei der Berechnung nicht berücksichtigt. Wir haben uns absichtlich dazu entschlossen, keine Schnittstellen zu den einzelnen Betrieben installieren zu lassen, um komplett unabhängig zu sein.

Was ist mit „Preisgefüge eigene Region“ gemeint?

Das Preisgefüge stellt dar, an welchen Tagen in der eigenen Region die durchschnittlichen Preise besonders hoch und besonders niedrig sind. Je höher der Preis ist, desto mehr findet man die Farbe rot und je niedriger der Preis ist, desto grüner wird die Anzeige.

Hier erhalten Sie einen schnellen Überblick darüber, wie die Preise in Ihrer Region aktuell veröffentlicht sind.

Warum ist Ihr Potential in % und nicht in Euro € angegeben?

Jeder Betrieb und jede Einheit sind einzigartig. Da ihr einzigartige Preise für eure Einheiten einstellt, macht es das für uns schwierig, ein Potential in Euro für beispielsweise „+ € 10,00“ zu geben.

Innerhalb einer Beherbergungskategorie kann es eine Preisspanne von € 70,00 bis € 130,00 für die verschiedenen Einheiten geben. Die für € 130,00 angebotene Einheit würde die „+ € 10,00“ anders empfinden als die für € 70,00 angebotene Einheit.

Bei beiden Einheiten kann aber das Potential als prozentuale Änderung um 10% ausgewiesen werden. Bei der Einheit, die für € 130,00 angeboten wird, sind es € 13,00 Unterschied und bei der Einheit für € 70,00 ist es ein Unterschied von € 7,00.

Wie wird der Fokusmonat bestimmt und warum ist es immer ein anderer Monat?

Bei der Newslettererstellung schauen wir uns alle Daten der kommenden 365 Tage genauestens an und wählen mit Bedacht einen Fokusmonat aus, bei dem wir auf etwas Besonderes hinweisen möchten. Auswahlkriterien können Preissprünge und/oder starke Verfügbarkeitsveränderungen sein. Ebenfalls kann es sein, dass in einem Monat unsere ausgewiesenen Potentiale vom vorherigen Newsletter besonders gut zu sehen sind und dies zeigen wir natürlich gerne.

Mit wem arbeitet Ihr schon zusammen?

Bereits seit knapp zwei Jahren arbeiten wir sehr erfolgreich mit zwei österreichischen Ferienregionen zusammen. Beide Regionen konnten mit unserer Hilfe nachweisbar ihre Preise und Verfügbarkeiten optimieren. Somit liefern sie schon jetzt den Beweis, dass myrate funktioniert! Aktuell schließen sich weitere Regionen an.

Kontakt Daten myrate

Svend Evertz

Founder & Geschäftsführer



myrate

Regionales Raten Management GmbH

Hohenzollerndamm 13
10717 Berlin

Mobil DE +49 162 77 88 669
Mobil AT +43 690 10 30 11 20
Telefon +49 30 98 36 3 505
E-Mail svend@my-rate.de



www.my-rate.de