Affitti brevi: da Guesty 6 consigli per avere prezzi competitivi sui canali digitali

Non tutti i **property manager** e gestori di affitti brevi hanno tempo sufficiente da dedicare a strategie di sviluppo per incrementare i propri guadagni. Così anche a parità di numero di immobili da gestire, alcuni riescono a guadagnare più di altri grazie a misure dedicate a massimizzare l'occupazione e il fatturato. Come l'arte del gestire il **pricing dinamico**, una delle attività del Revenue Management, che comporta l'adeguamento dei prezzi agli annunci in base alla fluttuazione della domanda e dell'offerta. **Guesty**, la piattaforma end-to-end di property management, insieme al partner di marketplace **Beyond Pricing**, ha messo a punto una soluzione di dynamic pricing automatizzata progettata specificamente per i property manager di affitti a breve termine. Ecco 6 semplici consigli da parte dello staff di professionisti di Guesty per assegnare un prezzo competitivo agli immobili: con le giuste tariffe le proprietà possono guadagnare fino al 40% in più.

1) Tieni conto della stagionalità

Nei mesi estivi o durante le festività invernali quando la richiesta per le case vacanze è maggiore, puoi leggermente aumentare i prezzi e incassare di più per ogni ospite. Di contro, dovrai ridurre i prezzi nei momenti di minore domanda, in genere tra novembre e marzo. Se ti accorgi che location concorrenti nella tua zona offrono tariffe più vantaggiose per aumentare le prenotazioni durante la bassa stagione, allora anche tu potresti dover fare lo stesso per rimanere competitivo. Inoltre, in base alla stagione, dovrai fare attenzione alla variazione della domanda nei diversi giorni della settimana: in determinati periodi potrebbe valere la pena ridurre le tariffe tra il lunedì e il giovedì per poi alzarle nel fine settimana o in coincidenza di eventi di richiamo. Nei mesi estivi, i giorni feriali possono invece rendere tanto quanto il fine settimana. Fai attenzione nello stabilire quali sono i periodi di alta e bassa stagione nella tua realtà di riferimento perché non sempre seguono regole ferree.

2) Tieni presente festività ed eventi locali

La stagionalità non è il solo fattore a influenzare la domanda. Se nella tua area c'è un evento annuale che attira migliaia di turisti (eventi musicali, sportivi o fiere e mercatini natalizi), poco importa se cade

nei mesi di agosto o a metà febbraio: quando la tua città si riempie di turisti, allora è il momento di alzare i prezzi dei tuoi immobili. E fai in modo che gli incrementi siano sempre basati su dati reali e non solo sulle tue percezioni in termini di domanda: il fatto che un evento ottenga molta pubblicità o faccia parlare di sé, non lo rende automaticamente più redditizio per la tua attività. Per determinare i momenti di maggiore picco degli affitti, dai un'occhiata a ciò che tirava di più nella tua zona di riferimento negli anni passati. Pianifica in anticipo, stilando un calendario di eventi che hanno fatto aumentare notevolmente la domanda negli anni precedenti e, di conseguenza, attribuisci ai tuoi immobili i giusti prezzi.

3) Fai attenzione alla disponibilità

Se i tuoi clienti target hanno tante opzioni tra cui scegliere, devi mantenere i prezzi competitivi per incrementare le prenotazioni. Quando in un luogo sono presenti centinaia di alloggi, i potenziali ospiti tenderanno a scegliere quelli con il miglior prezzo. Il che significa che chi vive in città o in quartieri con una disponibilità ridotta di affitti a breve termine ha la possibilità assegnare affitti un po’ più alti. È importante considerare i prezzi della concorrenza: i dati dimostrano infatti che non sempre copiare le tariffe dei propri vicini è la strategia vincente. Questo vale in particolare per i gestori di alberghi: solo un hotel su 10 utilizza infatti software specializzati per determinare il prezzo e le tariffe che adottano non sempre attirano numerose prenotazioni e, di conseguenza, profitti. Inoltre, ciò che funziona per un albergo potrebbe non essere adatto per un immobile posto in affitto a breve termine. Fai una ricerca online sulle case vacanze nella tua zona per verificare quanto sia concentrato il mercato e combina questi dati con le tendenze rilevate negli anni precedenti per stabilire i giusti prezzi per i tuoi immobili.

4) Modifica i prezzi in anticipo

Il 61% delle persone prenota le proprie vacanze tra i tre e i dodici mesi prima. Per questo, è bene non aspettare l'arrivo dell'alta stagione per incrementare i prezzi. Utilizza uno strumento calendario per aumentare i prezzi durante l'alta stagione con almeno un anno di anticipo. I prezzi in concomitanza di specifici eventi annuali andrebbero determinati su base annua o con frequenza ancora maggiore, a seconda di come vengono creati e programmati durante l'anno. Evita di fare le cose di fretta, limitandoti a replicare i prezzi dell'anno precedente. Se stagioni e festività ricorrono sempre nelle stesse date, gli eventi locali possono variare di qualche giorno o settimana, anno dopo anno.

5) Riempi i periodi vuoti abbassando i prezzi

Hai notato che nel tuo calendario di prenotazioni c'è un periodo particolarmente vuoto? I vuoti non si verificano solo durante la bassa stagione. È utile tenere d'occhio il calendario delle prenotazioni per

verificare se ci sono periodi di minore attività e rimediare, abbassando i prezzi in modo che chi prenota all'ultimo minuto non possa rinunciare all'offerta. In genere, i fine settimana tendono a ricevere più prenotazioni rispetto ai giorni feriali (a meno che la tua attività non sia rivolta al segmento del business travel). Per trarne vantaggio, aumenta i prezzi nel fine settimana e applica tariffe più economiche nel resto dei giorni. Utilizza uno strumento di tariffazione automatica per variare i prezzi in base a regole ben specifiche. Per esempio, puoi offrire uno sconto del 10% a partire da 10 giorni prima nei periodi di scarsa attività di tre o più giorni.

6) Rendi tutto più facile

Non è facile occuparsi di tutto questo quando si hanno migliaia di altre attività da gestire. Ma la possibilità di implementare soluzioni di dynamic pricing, progettate specificamente per le esigenze delle agenzie di affitto a breve termine, rappresenta la soluzione ideale per pianificare le corrette strategie al tuo business senza dover aggiungere ulteriori ore lavorative.
Piattaforme come Beyond Pricing, ad esempio, tengono conto di singoli fattori che possono influire sulla frequenza di affitto, incluse le variazioni dell'offerta, la stagionalità, il giorno della settimana e gli eventi locali. Il software processa tutti questi dati per calcolare i prezzi più adeguati per massimizzare locazioni ed entrate, in tempo reale. Questo strumento serve a stabilire i prezzi più alti possibili senza però scoraggiare i tuoi ospiti dal prenotare, permettendo di non perdere tempo a giocare al ribasso dei prezzi.