

priceff

Prissättningsinsikter från biluthyrningsbranschen

Få mer intäkter med den flotta du redan har

Värdefulla lärdomar från biluthyrningsoperatörer

Nästan alla biluthyrare bevakar sina konkurrenter. Det är branschens etablerade sätt att prissätta, och med goda skäl: konkurrentens pris är viktig information, och på en marknad där kunden jämför alternativ sida vid sida går det inte att bortse från. Men konkurrentens pris är bara en del av helhetsbilden. Det berättar inte vad som händer med din egen flotta just nu.

Tänk en vanlig fredag. Konkurrenten sänker sina priser, så du gör detsamma. Men tänk om dina bilar redan var på väg att hyras ut till fullt pris. Då hade du sänkt priserna i onödan, på fordon som hade hyrts ut utan rabatt. Eller en annan fredag kanske det är tvärtom: konkurrenternas priser ligger högt, så du håller dina priser höga. Men då kan du bli sittande med tio tomma bilar som hade hyrts ut till ett lägre pris.

I den här guiden har vi samlat in det vi har lärt oss av att arbeta med biluthyrningsoperatörer. Budskapet är tydligt: konkurrentbevakningen är inget att överge, tvärtom. De bästa resultaten uppstår när konkurrentdata kombineras med allt annat som påverkar efterfrågan: den egna kapaciteten, säsongen, veckodagen, helgdagarna, lokala evenemang och vädret, samt en egen tydligt definierad prissättningsstrategi.

Det viktigaste i korthet

- Nästan alla biluthyrare bevakar sina konkurrenter. Det är en bra utgångspunkt, men konkurrentens pris berättar bara en del av historien.
- Konkurrentens pris säger ingenting om vad som händer med din egen flotta just nu, och det är det som avgör om priset borde stiga eller sjunka.
- Ren konkurrentbevakning kan leda till priskrig där hela marknaden säljer billigare än nödvändigt.
- Varje fordonstyp har sin egen efterfrågeprofil. Personbilar, skåpbilar och släp rör sig i olika takt.
- Samma flotta ger mer intäkter utan en enda extra bil när priset följer den verkliga efterfrågan.
- Bästa resultatet kommer av att kombinera konkurrentdata med egen efterfrågan, säsong och andra faktorer, inte av att välja mellan dem.



1

Konkurrentdriven prissättning kostar mer än du tror

De flesta biluthyrare vet att det finns förbättringspotential i deras prissättning. Här går vi igenom de vanligaste sätten som den nuvarande prissättningsmodellen äter intäkter på varje dag, ofta utan att det syns i någon rapport.

Konkurrentbevakning kan leda till priskrig

När varje aktör följer de andra uppstår en spiral. En sänker priset för att fylla sin flotta, en annan sänker efter för att hänga med, och en tredje följer de två första. Snart säljer hela marknaden billigare än nödvändigt, och ingen vet egentligen varför.

Problemet är att konkurrentens pris tas som en signal, trots att det berättar om konkurrentens läge, inte om ditt. Om din flotta hyrs ut bra finns det ingen anledning att sänka priset, även om konkurrenten skulle sänka. Att sänka priset i en sådan situation betyder att du ger rabatt till en kund som annars skulle ha betalat fullt pris.

Manuell prissättning hänger inte med efterfrågan

En del operatörer optimerar sina priser för hand. Det är bättre än ett helt fast pris, men långsamt och tungt. När det finns tiotals fordonstyper och flera platser är det i praktiken omöjligt att uppdatera varje pris tillräckligt ofta.

Resultatet blir att priserna hinner bli inaktuella. Helgens efterfrågetopp upptäcks först när den redan pågår, och då har de bästa bilarna ofta hyrts ut för billigt. En lugn period upptäcks först i efterhand i rapporterna, när flottan redan har stått tom.



"Om dina bilar går åt finns det ingen anledning att sänka priserna, även om konkurrenterna gör det. Konkurrenterna kan ha ett större behov av att sänka priserna, om de t.ex. inte har ett lika starkt brand som ni har."

Thomas Gräsbeck
Business Consultant, Priceff

Ett pris, många faktorer

Samma bil, på samma plats, kan vara fullbokad på helgen och halvtom mitt i veckan. Ändå håller sig priset ofta lika från dag till dag, eftersom det är bundet till konkurrentens pris eller en tidigare bestämd nivå.

Alternativet till ren konkurrentbevakning är en prissättningsmodell som läser många signaler samtidigt. Den egna efterfrågan och kapaciteten, säsongen, veckodagen, helgdagarna, lokala evenemang och vädret berättar tillsammans hur mycket just den här bilen är värd att begära just nu. Konkurrentpriserna hänger med, men de sätter ramarna i stället för att styra priset ensamma. Summan av de här faktorerna avgör vart priset rör sig inom ramarna, och den rörelsen följer den egna efterfrågan och inte grannens rörelser.

Det här är i praktiken efterfrågebaserad prissättning. Priset utgår från vad som händer med den egna flottan just nu, och all övrig information förfinar det.



2

Vad som händer när pris-sättningen börjar fungera rätt

Varje fordonstyp har sin egen efterfrågeprofil

Personbil, skåpbil och släp rör sig inte i samma takt. Släp hyrs på våren och sommaren, på vintern knappt alls. Efterfrågan på skåpbilar är högre kring månadsskiften och helger då folk flyttar. Samma månad kan vara säsongens topp för en fordonstyp och den lugnaste tiden för en annan.

När all flotta prissätts enligt samma logik kan säsongerna för varje fordonstyp bli outnyttjade. Släpens vårtopp syns inte om priset följer personbilarnas efterfrågan. Priceffs efterfrågebaserade prissättningsmekanik analyserar varje fordonstyps efterfrågan separat, så att var och en av dem kan vara optimalt prissatt löpande.

En outhyrd bil ger ingenting, men en för billigt uthyrd bil ger för lite

Flottans intäktspotential avgörs från två håll. Under populära tider lönar det sig att begära mer för de bästa bilarna, eftersom efterfrågan räcker till. Under lugna tider får ett lägre pris i stället bilarna i rörelse, så att de ger åtminstone något i stället för att stå på gården.

Det här är en balans som är svår att hitta för hand. Priset borde ligga högt när efterfrågan är stark och lågt när flottan riskerar att bli oanvänd, och de här situationerna borde upptäckas i god tid. När prissättningen följer den egna flottans efterfrågan i realtid ger samma flotta mer intäkter utan att en enda bil behöver skaffas.



"Många uthyrare sänker priset för att synas, trots att bokningar skulle komma ändå. Rätt pris hittas ofta när man också tittar på sin egen efterfrågan och inte bara på placeringen på mäklarnas listor."

Kim Martesuo
CEO, Priceff

Mäklarna är en del av spelet, och synligheten där beror på priset

En stor del av kunderna kommer inte till uthyrarens egna sidor, utan jämför alternativ via en mäklare. Där påverkar priset inte bara hur lockande erbjudandet är, utan också var i listan uthyraren syns. En bra placering ger bokningar, och placeringen beror delvis på priset.

Det här gör prissättningen ännu viktigare, men också mer komplex. Priset borde vara tillräckligt konkurrenskraftigt för att säkra synligheten, men inte så lågt att det äter av intäkterna, när det ändå hade funnits efterfrågan. När priset också utgår ifrån den egna efterfrågan och inte enbart ifrån konkurrentbevakning kan synlighet sökas när den behövs, inte genom att ständigt pressa ner priset.



3

Möjligheterna med efterfrågebaserad prissättning inom biluthyrning

Av efterfrågebaserad prissättning väntar man sig vanligtvis två saker: ökad omsättning och en flotta som rör sig bättre. Båda förverkligas oftast, men de är inte hela bilden. Här är tre saker som nästan alltid dyker upp när en uthyrare har använt efterfrågebaserad prissättning en tid.

Ett lägre snittpris kan betyda större omsättning

När priset sjunker under lugna tider ökar beläggningen, när bilarna annars hade stått stilla. När priset stiger under populära tider får man mer för de bästa bilarna. Slutresultatet kan bli att snittpriset sjunker, men omsättningen växer, eftersom bilarna är i rörelse oftare och ger intäkt när efterfrågan finns.

Det här är en viktig insikt, eftersom snittpriset ofta följs noga, och en nedgång i det kan se oroande ut. Det väsentliga är inte snittpriset utan hur mycket flottan som helhet ger.

Bättre lönsamhet utan extra flotta

Uthyrarens intäkt beror inte bara på hur många bilar som står på gården, utan på hur väl de är i bruk och till vilket pris. När varje fordonstyp på varje plats får ett pris som följer just dess efterfrågan får man ut mer av den befintliga flottan.

Pakuovelle, Finlands största uthyrare specialiserad enbart på skåpbilar, ökade med en efterfrågebaserad prissättningsmodell sin omsättning med 18 procent och uthyrningstimmarna med 29 procent under det första året, utan att utöka flottan eller anställa mer personal.

Rutinarbetet sköter sig självt, vilket frigör tid till annat

När det finns tiotals fordonstyper och flera platser är det ständigt arbete att uppdatera priser för hand. På en del uthyrare finns det personer vars dagar till stor del går åt till att följa och justera priser.

När prissättningen automatiseras frigörs den här tiden. Den kan användas till det som verkligen kräver en människa: planering av flottan, öppning av nya platser, utveckling av kundupplevelsen och de stora linjerna i prissättningsstrategin. Priceff sköter den dagliga rutinen.



"En biluthyrnings potential ligger inte bara i antalet bilar, utan i hur väl flottan utnyttjas. Priceff hjälper er höja omsättningen utan att en enda extra bil behövs."

Thomas Gräsbeck
Business Consultant, Priceff

4

Att implmentera Priceff

Efterfrågebaserad prissättning kan låta komplicerad, men i uthyrarens vardag syns den förvånansvärt enkelt. Sättet som priserna uppstår på förändras. Allt annat förblir som förut.

Samarbetet börjar med en kartläggning

Vad är det som prissätts, hur fungerar prissättningen i dagsläget och vad är det som eftersträvas med den? Vill man använda konkurrentbevakning och på vilket sätt, hur långa uthyrningar är det som prissätts, och i vilket riktning ska prissättningen styras? Vi konfigurerar systemet så att det stöder eran strategi.

Vecka 1–2

Kartläggning och konfigurering
Vi går igenom den nuvarande prissättningen, målen och den historiska försäljningsdatan. Systemet konfigureras att motsvara just er verksamhet. Ofta är det klokt att börja med en produkt, samla erfarenheter och utöka därefter.

Vecka 3-4

Testkörning
Systemet beräknar priser men för dem ännu inte till försäljning. Vi tittar tillsammans på hur priserna ser ut och gör nödvändiga finjusteringar.

Vecka 4 och framåt

Priserna går till försäljning
I inledningsskedet håller vi korta veckovisa avstämningar, som glesnar ut när läget stabiliseras.

Löpande utveckling

En eller två gånger om året en bredare workshop, där vi går igenom resultaten och utvecklar strategin vidare.

Samtidigt gör vi en analys av de historiska data. Vi går igenom uthyrarens försäljningsdata över flera år och identifierar efterfrågemönster där: säsonger, variationer mellan veckodagar samt skillnader mellan olika fordonstyper och platser. Det här grundarbetet säkerställer att systemet redan från start förstår hurdan miljö det arbetar i.

Systemet startar på några veckor

Implementationen tar vanligtvis två till fyra veckor. Integrationen görs vid sidan om det befintliga bokningssystemet, antingen via ett gränssnitt eller en filöverföring, och den kräver varken att systemet byts ut eller ett stort IT-projekt.

Innan lanseringen görs en testkörning på några dagar, där systemet beräknar priser men ännu inte för dem till försäljning. Det ger möjlighet att se hur priserna ser ut i praktiken och göra nödvändiga finjusteringar innan publiceringen.



"Varje kund har sina egna utgångspunkter i verksamheten. Vår uppgift är att säkerställa att systemet tjänar just era mål."

Kim Martesuo
CEO, Priceff

Systemet arbetar i bakgrunden

När systemet är igång beräknar och uppdaterar det priserna löpande efter efterfrågan i realtid. Varje fordonstyp på varje plats prissätts var för sig. Uthyraren ser helhetsbilden från en vy som visar var man ligger och varför.

Uthyraren sätter alltid prisgränser inom vilka algoritmen arbetar. De här gränserna säkerställer att prissättningen förblir affärsmässigt vettig och inte ger överraskningar åt något håll. Om konkurrentbevakning används kan gränserna bestämmas utifrån konkurrensläget, och den egna efterfrågan avgör vart priset rör sig inom dem.

I inledningsskedet håller vi korta veckovisa avstämningar, där vi går igenom läget, svarar på frågor och föreslår ändringar vid behov. Med tiden glesnar mötesrytmen, när systemet hittar sin balans och uthyraren lär sig läsa datan det producerar.

Utvecklingen fortsätter

En eller två gånger om året håller vi en bredare workshop, där vi går igenom den gångna periodens resultat och gör nödvändiga ändringar inför nästa. Var fick man mer omsättning, var bättre beläggning, och vad kan ännu förbättras?

Efterfrågebaserad prissättning är inte ett engångsprojekt. Det är en löpande process som förfinas i takt med att data samlas och verksamheten utvecklas.

priceff



Thomas Gräsbeck | Business Consultant, Priceff

Låt oss titta på er situation tillsammans

Jag har hjälpt till att skapa fungerande prissättningsstrategier för biluthyrningsoperatörer. Var och en är olik, men samma fråga dyker upp nästan alltid: hur mycket intäkt går förlorad för att prissättningen följer konkurrenterna och inte den egna efterfrågan?

Boka 30 minuter i min kalender, så går vi igenom er situation och ser tillsammans vad efterfrågebaserad prissättning skulle kunna ge för just er flotta och era platser.

Boka ett samtal »