

Πολιτική τιμών

Διαδικασία απαραίτητη για την πώληση προϊόντων

Εξαρτάται από:

- Το είδος του πελάτη
- Το τουριστικό κατάλυμα
- Την τουριστική αγορά στην οποία απευθύνεται
- Την ζήτηση του προϊόντος
- Την χρονική περίοδο

Τελικός στόχος είναι το κέρδος και η αύξηση των πωλήσεων

Μέθοδοι τιμολόγησης

Με ποσοστό



Κόστος προϊόντος ή υπηρεσίας
+ ποσοστό κέρδους

Με τρέχουσες τιμές



Καθορισμός τιμών με
βάση τον ανταγωνισμό

Με βάση την αξία για τον καταναλωτή



Απαραίτητη η γνώση της
εκτίμησης που έχει ο
καταναλωτής για το προϊόν

Με βάση την απόδοση

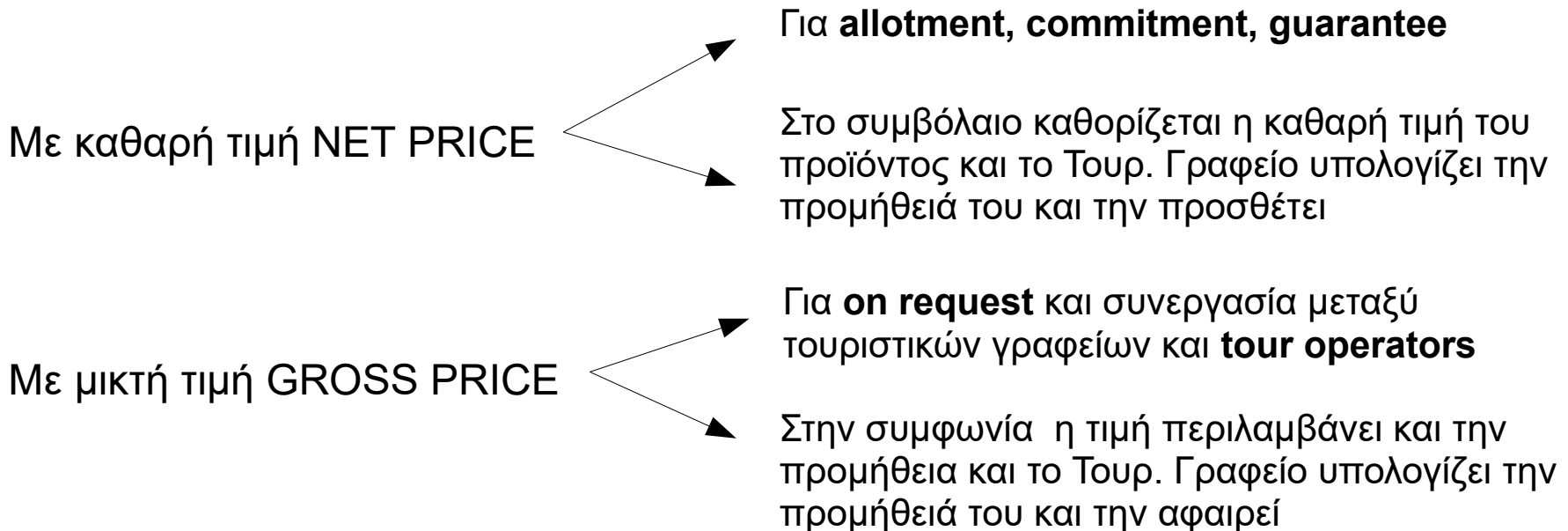


Ανάλογα με την πληρότητα
Πχ την high season αυξάνονται οι τιμές
ενώ την low season μειώνονται οι τιμές
και γίνονται προσφορές

Προμήθειες

- Αμοιβή που καταβάλλεται στο Τουριστικό γραφείο για την μεσολάβησή του μεταξύ καταλύματος και πελάτη - τουρίστα
- Προκύπτει μετά από διαπραγμάτευση
- Υπολογίζεται σε ποσοστό επί τις εκατό ή σε χρηματικό ποσό και πρέπει να γράφεται στο συμβόλαιο

Τρόποι υπολογισμού



Normal commission- κανονική προμήθεια

Σε όλες τις περιπτώσεις η συμφωνηθείσα προμήθεια λέγεται κανονική προμήθεια (normal commission)

Over commission – Επιπλέον προμήθεια

Όταν υπάρξει παραπάνω αριθμός πωλήσεων από ότι έχει συμφωνηθεί τότε μπορεί να δοθεί επιπλέον προμήθεια (over commission)

Παράδειγμα 1ο NET PRICE

Στο συμβόλαιο καθορίζεται η NET τιμή του δωματίου πχ 40 ευρώ

Το γραφείο υπολογίζει την προμήθειά του πχ 5 ευρώ και την προσθέτει

$40 + 5 = 45$ τιμή πώλησης δωματίου

Παράδειγμα 2ο GROSS PRICE

Στο συμβόλαιο καθορίζεται η GROSS τιμή πώλησης του δωματίου πχ 45 ευρώ

Το γραφείο υπολογίζει την προμήθειά του (πχ 10%) πάνω σε αυτήν την τιμή και την αφαιρεί

$45 \times 10\% = 4,5$ προμήθεια Τουρ. Γραφείου

$45 - 4,5 = 40,5$ χρήματα που παραδίδει στο ξενοδοχείο