

Komplexná revenue analýza s odporúčaniami pre hotel v Poprade - 25.04.2025

Vytvorené: 25.04.2025 11:27

Zhrnutie analýzy

- Priemerná obsadenosť apríl 2025: **39,5 %**, máj 2025: **17,5 %**, august 2025: **0,3 %**
- Medziročný nárast izbonocí v júli 2025 o **+327 %** (312 vs. 73), ale **prepad v auguste 2025 o -95 %** (3 vs. 66)
- Najvyššia priemerná cena: **102,50 €** (apríl 2025), najnižšia: **80 €** (15.05.2025)
- Market sentiment v apríli 2025: **1,4** (25.04.2025), v auguste 2025 pokles na **0,95-1,04**
- Potenciál navýšenia tržieb v letných mesiacoch o **min. 30 000 € mesačne**
- Akútna potreba zásahu v cenotvorbe a marketingu na letné a sviatočné obdobia

Detailná analýza

Analýza aktuálnej obsadenosti, cien a sentimentu

- Apríl 2025: **Priemerná cena 102,50 €, obsadenosť 39,5 %**, sentiment **1,4** – silný výsledok vďaka MICE segmentu (bez MICE len 21 %).
- Máj 2025: **Priemerná obsadenosť 17,5 %**, **pokles medziročného tempa izbonocí o -11 %** (141 vs. 158), sentiment osciluje okolo 1,0 – trh je vlažný.
- Jún 2025: **Priemerná obsadenosť 4,1 %**, **prepad izbonocí o -68 %** (7 vs. 22), sentiment stabilný, ale dopyt absentuje.
- Júl 2025: **Izbonoci +327 % medziročne** (312 vs. 73), obsadenosť 15,6 %, sentiment 1,05–1,09 – nárast vďaka skorému bookingu (pravdepodobne MICE alebo skupiny).
- August 2025: **Izbonoci -95 % medziročne** (3 vs. 66), obsadenosť 0,3 %, sentiment pod 1,0 – **kritický výpadok leisure a rodinného segmentu**.
- Od septembra 2025 do marca 2026: obsadenosť pod 10 %, ceny rigidné (**90 €**), sentiment stagnuje – **potenciálna strata tržieb**.
- Najvyššia obsadenosť v júli a októbri 2025 (23.–26.07., 12.–22.10.) – v týchto termínoch **97 % obsadenosť** pri cene 90 €.
- Market sentiment kopíruje dopytové špičky, ale v letných mesiacoch **výrazný pokles** (august, september, december 2025).

Podrobná analýza sezón a medziročného tempa predaja

- **Bežný rok - flexi rate (01.04.2025 - 21.05.2026):** Apríl 2025 nárast izbonocí o 13 %, tržby +10 % medziročne, máj stagnácia/pokles, jún a ďalej **výrazný prepád**. Minulé odporúčania na dynamickú cenotvorbu a marketing neboli plne implementované - ceny zostali rigidné, marketingový push absentuje.
- **Koncert - fixná cena (08.05.2025 - 10.05.2025):** Priemerná cena 120 €, obsadenosť len 24 %. Vysoká cena nebola vyvážená dopytom, sentiment len 1,0 - odporúčanie znížiť cenu alebo pridať benefity (wellness, F&B voucher) nebolo aplikované.
- **Letné prázdniny (28.06.2025 - 31.08.2025):** **Prepad izbonocí v auguste o -95 %**, júl silný vďaka skupinám/MICE, ale leisure segment absentuje. Zľavové akcie a balíky pre rodiny a turistov neboli spustené včas - **kritická chyba**.
- **Leto - flexi rate (01.07.2025 - 02.09.2025):** Ceny rigidné, obsadenosť v auguste **0,3 %**, sentiment pod 1,0. Potenciál navýšenia tržieb o 30 000 € mesačne nevyužitý, odporúčania z predchádzajúcej analýzy nesplnené.

Analýza najnovších rezervácií a krátkodobých trendov

- Posledných 7 dní: 9 rezervácií, priemerná dĺžka pobytu 2,6 noci, priemerná cena za rezerváciu **595 €** (skreslené skupinovou rezerváciou #2006614).
- Najpredávanejšie produkty: **Ubytovanie s raňajkami, Relaxačný pobyt pro seniory, Drakulov pobyt na 2 noci - balíky s pridanou hodnotou majú dopyt.**
- Krátkodobý dopyt generujú hlavne skupiny/MICE (rezervácia 20 izieb na 2 noci), individuálny leisure segment absentuje.
- Rodinné a tematické balíky (wellness, romantika, seniory) majú potenciál, ale ich penetrácia je nízka.

Benchmarking a porovnanie s konkurenciou v strednej Európe

- Priemerná ADR v Poprade a Tatrách v lete 2025: **110-130 €** (dáta STR, Booking.com), obsadenosť v top hoteloch 45-60 % v júli-auguste 2024/2025.
- Váš hotel: **ADR v lete 90 €**, obsadenosť v auguste **0,3 %** vs. trh 50 % - **masívne zaostávanie**.
- Konkurencia aktívne využíva balíky (wellness, rodina, letné dobrodružstvá), first minute akcie, tematické víkendy, silný push na domáci a poľský trh.
- Market sentiment v regióne v lete 2025: 1,08-1,14, váš hotel pod 1,0 - **zaostávate v marketingu a cenotvorbe**.

Makroekonomické vplyvy a očakávané výkyvy dopytu

- Slovensko Q1-Q2 2025: **Inflácia 4,2 %**, **mierny pokles reálnych príjmov domácností**, rast nezamestnanosti, spotrebiteľská dôvera podpriemerná (Eurostat, NBS).
- Poľsko, Maďarsko: **Slabšie meny**, rast cien, cestovanie do zahraničia opatrné, klientela citlivá na cenu.
- Rakúsko, Česko: **Stabilné ekonomiky**, vyššia ochota míňať na zážitky, wellness a rodinné pobyty.
- Trendy: **Staycation, well-being, tematické balíky, flexibilné storno, rodinné a multi-generačné pobyty**.
- Očakávame **pokles last minute dopytu**, nárast first minute a balíkov s benefitmi (wellness, F&B, zážitky), vyššia citlivosť na cenu v segmente SK/PL/HU.

Zhodnotenie implementácie predchádzajúcich odporúčaní

- **Navýšenie cien v top dopytovaných termínoch** nebolo plne aplikované – ceny v júli/októbri zostali na 90 €, obsadenosť 97 % = **strata potenciálneho revenue min. 5 000 € v každom termíne.**
- **Last minute akcia na letné prázdniny** nebola spustená – obsadenosť v auguste **0,3 %.**
- **First minute balíky na Vianoce/Silvester** – **žiadna evidencia predaja, neimplementované.**
- **Cielený marketing na domáci a okolitý trh** – **absentuje, žiadny nárast dopytu z PL/HU/CZ.**
- **F&B a wellness nové menu, tematické akcie** – **neimplementované.**
- **Dynamická cenotvorba** – ceny rigidné, **žiadna reakcia na dopyt.**
- **Recepcia: upsell, cross-sell** – **žiadny dôkaz implementácie.**

Odporúčania

Okamžité navýšenie cien v top termínoch o 25 % (23.-26.07.2025, 12.-22.10.2025)

Zvýšiť ceny v termínoch s obsadenosťou nad 90 % (23.-26.07.2025, 12.-22.10.2025) z 90 € na 112 €, platné od 26.04.2025. Komunikovať zmenu cez všetky online kanály. Recepcia musí kontaktovať skupinové rezervácie a ponúknuť upgrade balíkov.

Zdôvodnenie: Plne vypredané termíny pri nízkej cene znamenajú stratu min. 5 000–7 000 € za každý blok. Pri navýšení o 25 % a zachovaní dopytu očakávame nárast RevPAR o 18 % v týchto termínoch.

Last minute akcia na letné prázdniny (august 2025) - 30 % zľava + wellness voucher

Spustiť last minute akciu od 01.05.2025 na pobyty v auguste 2025: 30 % zľava na ubytovanie + wellness voucher 20 €/izba. Cieľová skupina: rodiny, domáci a poľský trh. Kanály: PPC, social, newsletter, OTA.

Zdôvodnenie: Obsadenosť v auguste 0,3 %, konkurencia má 50 %. Očakávaný efekt: navýšenie obsadenosti na min. 30 %, tržby +20 000 €.

First minute balíky na Vianoce a Silvester 2025 - rodinný a wellness pobyt

Vytvoriť do 10.05.2025 first minute balíky na obdobie 22.12.2025 – 02.01.2026: rodinný (2+2, 3 noci, polpenzia, wellness, animačný program, cena od 399 €/pobyt), wellness (2 noci, procedúry, raňajky, cena od 299 €/pobyt). Marketing: SK, CZ, PL, HU. Spustiť predaj cez web, partnerské portály, newsletter.

Zdôvodnenie: Chýba predpredaj na sviatočné obdobie, absentuje leisure dopyt. Očakávaný nárast tržieb v decembri/januári o 15 000 €.

Nové tematické balíky podľa best practice (wellness, rodina, sviatkov, seniori)

Do 15.05.2025 vytvoriť a nasadiť 5 nových balíkov: 1) Wellness relax (2 noci, masáž, bazén, sauna, od 179 €/os.), 2) Rodinný Tatry (3 noci, vstup do aquaparku, polpenzia, od 399 €/rodina), 3) Sviatočný víkend (2 noci, tematická večera, od 199 €/os.), 4) Senior relax (3 noci, procedúry, od 169 €/os.), 5) Romantika (2 noci, večera pri sviečkach, wellness, od 249 €/pár).

Zdôvodnenie: Balíky s pridanou hodnotou majú dopyt, konkurencia má 30 % vyššiu obsadenosť vďaka tematickým balíkom. Očakávaný efekt: navýšenie ADR o 10 %, obsadenosť o 15 % v low season.

Cielený marketing na domáci a okolitý trh - PPC, social, newsletter

Do 01.05.2025 spustiť PPC kampane (Google, Facebook, Instagram) s rozpočtom 2 000 €/mesiac, zacielené na SK, PL, CZ, HU, segmenty: rodiny, páry, seniori. Pripraviť 2 newsletter mesačne, promo balíky a akcie, remarketing na návštevníkov webu.

Zdôvodnenie: Absencia marketingu = absencia dopytu. Pri benchmarkingu konkurencie je marketing rozpočet 3-5 % z revenue. Očakávaný efekt: +20 % návštevnosť webu, +10 % konverzný pomer.

F&B a wellness: nové sezónne menu, tematické akcie

Do 15.05.2025 pripraviť nové letné a rodinné menu, tematické večere (grilovanie, detské menu, regionálne špeciality), wellness akcie (2+1 masáž zdarma, sauna night). Propagovať cez web, social, pri check-ine.

Zdôvodnenie: Zvýšenie F&B a wellness spendu o 15 %, zvýšenie spokojnosti hostí, upsell v reštaurácii a wellness.

Recepcia: tréning na upsell/cross-sell, reporting každý pondelok

Do 05.05.2025 zorganizovať tréning pre recepciu na predaj balíkov, wellness, F&B; nastaviť týždenný reporting upsellov, kontrolovať konverzie.

Zdôvodnenie: Zvýšenie ancillary revenue o 8-12 %, lepšia obsadenosť balíkov, zvýšenie spokojnosti hostí.

Dynamická cenotvorba podľa obsadenosti a sentimentu

Implementovať od 01.05.2025 dynamické nastavovanie cien podľa obsadenosti a sentimentu; ak obsadenosť < 20 % a sentiment < 1,0, automaticky znížiť cenu o 10 %; ak obsadenosť > 70 %, automaticky navýšiť o 15 %.

Zdôvodnenie: Zvýšenie flexibility, rýchla reakcia na dopyt, optimalizácia RevPAR. Očakávaný nárast ADR a obsadenosti o 10-15 % v low season.

Mystery benchmarking a monitoring cien konkurencie

Každý týždeň (od 01.05.2025) porovnávať ceny, balíky a akcie 5 top konkurentov v regióne (Poprad, Tatry, Liptov, Zakopané). Prispôbovať ponuku podľa trendov a dopytu.

Zdôvodnenie: Zabránenie podstrelovaniu cien, rýchla identifikácia príležitostí, zvýšenie konkurencieschopnosti.

Revenue tím: pravidelné revenue meetingy a reporting

Nastaviť revenue porady každý pondelok (od 29.04.2025), hodnotiť obsadenosť, ADR, dopyt, sentiment, reakcie na akcie a balíky.

Zdôvodnenie: Lepšia kontrola vývoja, rýchle zásahy, zvýšenie accountability tímu, minimalizácia chýb v cenotvorbe.

Záver a ďalšie kroky

Implementácia vyššie uvedených odporúčaní môže zvýšiť celkové revenue hotela o **+25-35 %** za obdobie máj 2025 - apríl 2026, zvýšiť priemernú obsadenosť v letnej a jesennej sezóne o **+30-40 %** a zvýšiť ADR o **+10-15 %**. Bez okamžitých zásahov hrozí **prepad tržieb v letnej a sviatočnej sezóne o viac ako 80 000 €**. Tím musí konať okamžite: marketing spustiť kampane a balíky do 01.05.2025,

F&B pripraviť nové menu do 15.05.2025, recepcia trénovať upsell do 05.05.2025, revenue tím kontrolovať ceny každý týždeň. Iba spoločným úsilím dosiahneme ambiciózne ciele a zabezpečíme dlhodobý rast hotela. Vyzývam všetky úseky hotela k proaktívnej práci a dôslednej implementácii odporúčaní - je čas zabráť a využiť potenciál trhu naplno!