



# Company Profile

2024

### Boilerplate

Smartpricing hilft mehr als 2.000 Beherbergungsbetrieben, ihre Preisgestaltung zu optimieren. Die Revenue Management Software des Start-ups mit Sitz in Arco (Trentino) nutzt KI-gestützte Algorithmen, um den idealen Verkaufspreis zu berechnen. Mit Machine Learning und Automatisierung verhilft die Software Unternehmen zu steigenden Umsätzen und der Sicherheit, marktgerechte Preise anzubieten. Seit der Gründung im Jahr 2020 hat sich Smartpricing zum am schnellsten wachsenden B2B-SaaS-Unternehmen im europäischen Gastgewerbe entwickelt.

### Smartpricing kurz erklärt

Die Welt des Tourismus hat sich gewandelt.

Während der Verkauf eines Zimmers vor wenigen Jahrzehnten noch ein linearer Prozess war, sieht das heute ganz anders aus. Eine Unmenge an Faktoren beeinflussen und verkomplizieren die Buchungsphase.

Wer ein Zimmer vermietet, muss sein Angebot nicht nur auf der eigenen Website, sondern auch auf verschiedenen Reiseportalen verwalten, auf denen er vertreten ist, dazu kommt das Schalten von Online-Werbung, die Beobachtung der Daten zur Geschäftsentwicklung und vieles mehr.

Ebenfalls nicht zu vernachlässigen sind Faktoren, die sich völlig der eigenen Kontrolle entziehen, wie Veranstaltungen, das Wetter, Schwankungen der touristischen Nachfrage, Preistrends auf dem eigenen Markt.

Wie kann sich ein Gastgeber des 21. Jahrhunderts effektiv aus diesem Datenstrudel befreien?

Er kann sich entscheiden, ihn zu ignorieren und Standard-Listenpreise beizubehalten, womit er Nachfrageschwankungen ignoriert und potenziellen Umsatz verliert.

Dieser Ansatz ist heute nicht nur überholt, sondern auch schädlich fürs Geschäft.

Alternativ kann er auf eine dynamische Preisgestaltung setzen, die alle Faktoren berücksichtigt und die Preise entsprechend der jeweiligen Situation ändert.

Eine gute Wahl, die aber in einem normalen Betrieb nur schwer umzusetzen ist.

Die Zeit ist knapp, die verfügbaren Informationen sind oft unvollständig, und es ist schwierig, wirklich fundierte Preisentscheidungen auf der Grundlage einer ständigen und gründlichen Datenanalyse zu treffen.

Große Hotelketten haben dieses Problem durch die Einstellung von Revenue Managern gelöst, aber was können alle anderen tun?

An dieser Stelle kommt **Smartpricing** ins Spiel.

Smartpricing ist eine **Software für Dynamic Pricing und Revenue Management** auf der Grundlage von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen, die Gastgebern dabei hilft, auf einfache und intuitive Weise bessere Preise für ihre Unterkunft zu wählen und den Umsatz zu steigern.

Mit Smartpricing können Gastgeberinnen und Gastgeber:

- **Jederzeit den besten Preis finden**, basierend auf den Merkmalen ihrer Einrichtung und des Marktes, in dem sie sich befinden
- **Stress und die Ungewissheit loswerden**, die mit der Wahl der Preise verbunden sind, sowie die Angst, Geld zu verlieren
- **Ihren Umsatz steigern**, im Durchschnitt um 30 % pro Jahr
- **Wertvolle Zeit sparen**: Im Durchschnitt reichen 30 Minuten pro Woche für die Verwaltung der Preise mit Smartpricing aus, um hervorragende Ergebnisse zu erzielen
- **Fehler vermeiden**, indem Sie die Preisveröffentlichung auf den verschiedenen Vertriebskanälen automatisieren
- **Jederzeit die Kontrolle über Ihre Preisstrategie behalten**, dank einer benutzerfreundlichen Oberfläche, die auch für diejenigen leicht verständlich ist, die keine Fachkenntnisse im Revenue Management haben

## Unsere Geschichte

April 2020, das Jahr der Pandemie.

Smartpricing gibt es gerade einmal seit zwei Monaten, als der Tourismus weltweit seine bisher größte Krise erlebt. Wie groß können in dieser Situation die Überlebenschancen für ein Start-up sein?

Aber gehen wir einen Schritt zurück.

Die Geschichte von Smartpricing beginnt in Kalifornien zum Jahreswechsel 2015/16.

**Luca Rodella**, ein leidenschaftlicher junger Unternehmer, macht gerade seinen Master in Marketing an der Universität von Los Angeles.

Zusammen mit einem amerikanischen Kollegen gründet er ein Property-Management-Unternehmen. Das Geschäft läuft zwar gut, aber Luca ist nicht zufrieden: Er würde gerne bessere Ergebnisse erzielen und die Zeit, die er in das Unternehmen steckt, optimieren. Die Berechnung der idealen Preise für die einzelnen Appartements auf Basis von Angebot und Nachfrage ist besonders zeitintensiv, und die Sicherheit, den richtigen Preis anzusetzen, gibt es letztlich nie.

Sein Partner findet jedoch eine Lösung: Er kauft eine Software, die die

Preise bei geringer Fehlerquote automatisch berechnet und so viel Zeit für andere Tätigkeiten lässt.

Es ist ein Wendepunkt: Die Appartements werfen mehr Gewinne ab und das Leben von Luca ändert sich grundlegend.

Als er sein Studium in Los Angeles abschließt, kehrt er nach Italien zurück, um seinen amerikanischen Geschäftserfolg zu wiederholen. Er betreibt er einige Ferienwohnungen am Gardasee, aber er stößt schnell an seine Grenzen. Die magische Software, die in Amerika seine Preise berechnet hatte, gibt es in Italien nicht.

### **Was tun?**

Das alte System der festen saisonalen Preise hätte einen Rückschritt bedeutet und die ständigen Nachfrageschwankungen von Zimmern zu ignorieren geht mit Gewinnverlusten einher.

Die dynamischen Preise selbst zu berechnen, bedeutet, viele Stunden zu opfern, ohne die Gewissheit zu haben, den richtigen Preis angesetzt zu haben.

Einen Revenue Manager zu engagieren, der sich allein darum kümmert, ist dagegen viel zu teuer für Lucas Betrieb.

### **Die einzige Lösung ist also, selbst eine Software zu entwickeln.**

Luca nimmt Kontakt zu zwei alten Freunden aus der Heimat auf: **Eugenio Bancaro**, Developer mit jüngsten Erfahrungen in Silicon Valley, und **Tommaso Centonze**, der zu dem Zeitpunkt in Irland für Google arbeitet.

Gemeinsam entwerfen sie einen Prototyp der Software und testen ihn an Lucas Ferienwohnungen, wo er sofort gute Ergebnisse erzielt. Sein Betrieb erreicht Umsatzspitzen von bis zu 70 % gegenüber seinen Konkurrenten im gleichen Gebiet.

Die drei Partner sind sofort überzeugt, dass ihre Lösung für viele Unternehmer des Hotel- und Gastgewerbes ein Game-Changer sein könnte und beschließen, sie auf den Markt zu bringen.

**Im Februar 2020 kommt Smartpricing auf den Markt**, Italiens erste Software für dynamische Preisgestaltung und Revenue Management, die auf künstlicher Intelligenz und Algorithmen des maschinellen Lernens basiert und Gastgebern dabei hilft, effektive dynamische Preisstrategien umzusetzen und ihre Wachstumsziele zu erreichen.

Dann kommen der Covid, Lockdowns, Reisestopps und die Schließung von Unterkünften: Smartpricing droht zu scheitern, bevor es überhaupt gestartet ist, aber die drei Gründer geben nicht auf.

Sie wissen, dass ein System, das dabei hilft, die Preise zu definieren und die Vorteile der dynamischen Preisgestaltung zu nutzen, noch wichtiger sein wird, wenn die Welt wieder offen ist.

Sobald die dunkelsten Monate des Frühjahrs 2020 vorbei sind, bieten sie die Software den Beherbergungsbetrieben in der Region an, zuerst am Gardasee, dann im Trentino und dann in den Nachbarregionen.

Trotz der schwierigen Zeit für den Tourismus erzielen die Betriebe, die Smartpricing nutzen, Ergebnisse, die alle Erwartungen übertreffen, und das Unternehmen erhält immer mehr Interesse. **Die Reise hat begonnen!**

## Meilensteine

**2020:** Smartpricing stellt seine ersten Mitarbeiter ein und beginnt mit dem landesweiten Verkauf. Das Wachstum ist beständig und mehrere Investoren interessieren sich für das Projekt.

**2021:** Smartpricing hat etwa 40 Mitarbeiter, wird unter den 100 besten Start-ups des Jahres gelistet, sammelt über 350.000 Euro an Finanzmitteln ein, hat 400 Kunden in ganz Italien und beginnt, den Blick auf internationale Märkte zu richten.

**2022:** Smartpricing launcht auf dem DACH-Markt, verdoppelt die Zahl der Kunden und Mitarbeiter und sammelt eine Seed-Finanzierung über 2 Millionen Euro ein.

**2023:** Smartpaying, die Software für den Verkauf von Zusatzleistungen in Hotels, wird eingeführt. Mittlerweile hat Smartpricing 3.000 Kunden in ganz Europa und ein Team von über 100 Mitarbeitern. Das Jahr endet mit der höchsten bis dahin erzielten Finanzierungsrunde: 13 Millionen Euro.

**2024:** Smartpricing Free kommt auf den Markt, ein revolutionäres, kostenloses Tool, mit dem jeder Gastgeber eine vollständige Marktanalyse und eine dynamische Preisstrategie erhalten kann. Im selben Jahr wird Smartpaying zu Smartconnect: Neben dem Verkauf von Zusatzleistungen schlägt die Plattform nun automatisch Nachrichten, Newsletter und Angebote vor, die auf jeden Gast und jede Phase des Aufenthalts zugeschnitten sind. Vom Check-in bis nach dem Check-out können Gastgeber mithilfe von Smartconnect die Kundenbindung fördern und so Direktbuchungen und ihren Umsatz steigern.

### Die Zukunft?

Sie ist noch nicht geschrieben, aber der Weg ist vorgezeichnet: Wir helfen Gastgebern weiterhin, mehr und mehr zu erreichen.

## Wie Smartpricing funktioniert

Smartpricing nutzt künstliche Intelligenz und Algorithmen des maschinellen Lernens, um Gastgeberinnen und Gastgebern dabei zu helfen, bessere Preisentscheidungen zu treffen, indem es eine komplexe Disziplin wie die dynamische Preisgestaltung vereinfacht und automatisiert.

So funktioniert Smartpricing:

## 1. Daten sammeln

Die Software sammelt automatisch interne und externe Informationen innerhalb zu Ihrer Unterkunft und verknüpft kontinuierlich vergangene und zukünftige Buchungsdaten, Markttrends an Ihrem Standort und die Auswirkungen von Veranstaltungen und Feiertagen.

## 2. Verarbeiten, berechnen, anwenden

Der Algorithmus von Smartpricing verarbeitet die gesammelten Daten, berechnet die Startpreise und wendet die effektivste dynamische Preisstrategie an, die auf der Performance der Unterkunft und Markttrends basiert, und das bis zu 500 Tage im Voraus. Dabei berücksichtigt er stets die vom Gastgeber festgelegten Regeln oder Preisgrenzen.

## 3. Automatisch veröffentlichen

Durch die Integration mit über 80 Management-Softwareprogrammen und Channel Managern kann Smartpricing Preisaktualisierungen automatisch und in Echtzeit veröffentlichen, was dem Gastgeber wertvolle Zeit spart und manuelle Fehler vermeidet.

## 4. Strategie optimieren

Smartpricing hilft, die Effektivität der Preisstrategie zu erhöhen und die Wachstumsziele von Gastgebern möglichst schnell und einfach zu erreichen. Die Oberfläche ist so konzipiert, dass sie jederzeit die volle Kontrolle haben, ohne ihr Arbeitspensum zu erhöhen oder Fachwissen im Bereich Revenue Management zu benötigen.

## 5. Berichte erstellen

Smartpricing enthält Berichte mit intuitiven Tabellen und Diagrammen, über die der Gastgeber jederzeit Umsatz, RevPAR und andere Verkaufsdaten seiner Unterkunft überwachen kann. Er kann die Ergebnisse nach Aufenthaltsdatum, Datum der Buchungserstellung oder Zimmertyp filtern und sie vergleichen, um Erkenntnisse zur weiteren Verfeinerung seiner Strategien zu gewinnen.

Beherbergungsbetriebe, die sich für Smartpricing entscheiden, verzeichnen im Durchschnitt eine Umsatzsteigerung von +30 % pro Jahr. Aber das ist nicht der einzige Effekt, den die Einführung der Software mit sich bringt.

Obwohl die Digitalisierung im Gastgewerbe in den letzten zwei Jahrzehnten große Fortschritte gemacht hat, konzentrierte sie sich hauptsächlich auf Lösungen zur Verwaltung von Online-Vertriebskanälen, z. B. in Form von Verwaltungssoftware und Channel Managern.

In den meisten Fällen wurden die Preise weiterhin auf traditionelle Weise verwaltet, obwohl sich dies angesichts der zunehmenden Komplexität des Sektors oft als unzureichend erwiesen hat.

Wenn sich ein Gastgeber für Smartpricing entscheidet, verlässt er zwangsläufig seine Komfortzone mit Routinen und Regeln, die er seit langem bei der Verwaltung seines Betriebs angewendet hat.

# Der Smartpricing- Effekt

Es handelt sich um eine tiefgreifende Veränderung der eigenen Arbeitsmethoden und Überzeugungen, die anfangs eine Herausforderung darstellen kann, sich aber in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt und das Bewusstsein für den eigenen Wert auszahlt.

Basierend auf den Erfahrungen von mehr als 3.000 Kunden, sind die **Ergebnisse des Smartpricing-Effekts:**

### 1. Es hilft, einschränkende Glaubenssätze zu überwinden

Durch die Einbeziehung einer größeren Anzahl von Variablen, auf deren Grundlage der Verkaufspreis festgelegt wird, kann Smartpricing Gastgebern dabei helfen, kleine und größere Vorurteile und Vorbehalte zu überwinden, die sie bisher bei der Festlegung der Preise geleitet haben.

So könnte ein Gastgeber zum Beispiel erkennen, dass ein Objekt, das weit vom Stadtzentrum entfernt ist, nicht unbedingt "weniger kosten" muss, oder dass eine dynamische Preisgestaltung auch dann möglich ist, wenn Zimmer noch nicht renoviert wurden.

Oder Smartpricing könnte aufzeigen, dass ein Haus zu bestimmten Veranstaltungen (oder Jahreszeiten) besonders beliebt ist, die bisher übersehen wurden.

### 2. Es erzeugt Anreize für Verbesserungen

Wenn der Preis steigt, ist es wahrscheinlich, dass auch die Erwartungen der Gäste steigen. Aber auch das Bewusstsein für das Potenzial der eigenen Einrichtung wächst, was die Gastgeber dazu veranlasst, sie nicht nur als das zu sehen, was sie ist, sondern als das, was sie sein könnte.

So berichten viele Gastgeber, dass sie dank Smartpricing auch den Anreiz gefunden haben, Verbesserungen vorzunehmen (und die Zeit für deren Umsetzung). Auf diese Weise stellen sie nicht nur sicher, dass sie in Einklang mit dem Algorithmus arbeiten, um die Einnahmen zu steigern, sondern haben auch die Möglichkeit, das Gästelerlebnis zu bereichern und eine bessere Kundschaft anzuziehen.

Um ehrgeizige Ziele zu erreichen, braucht man mehr als nur Erfahrung, Disziplin oder das berühmte Quäntchen Glück. Man braucht **außergewöhnliche Talente**, die sich mit Leidenschaft in die Unternehmenskultur einbringen. Um die mehr als 120 Talente zu finden, aus denen sich unser Team heute zusammensetzt, haben wir uns daher für eine Arbeitsorganisation mit maximaler Flexibilität entschieden.

Und so haben wir es gemacht:

- **Wir haben uns dafür entschieden, ein vollständig dezentralisiertes Unternehmen zu sein**, um die besten Talente auf der ganzen Welt zu finden, und wir haben Raum für Wahlmöglichkeiten gelassen: Jedes Teammitglied kann entscheiden, vor Ort in Arco (TN), von zu Hause oder in einem Coworking Space zu arbeiten

## Das Smartpricing- Team

- **Wir haben uns für den Aufbau einer Kultur entschieden, die auf Feedback basiert**, sowie auf Inklusion, Respekt und kontinuierlichem Wachstum
- **Wir haben in regelmäßige Möglichkeiten für Begegnungen investiert**, sowohl auf Unternehmens- als auch auf individueller Teamebene, um kontinuierlich neue Grundlagen für unsere gemeinsame Zukunft zu legen

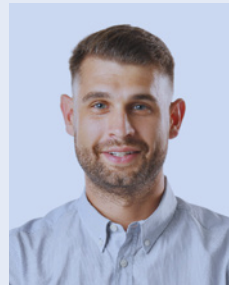
Für uns geht es bei der Zukunft der Arbeit nicht darum, wohin man geht oder wie viele Tage pro Woche man arbeitet. Wir konzentrieren uns lieber darauf, den besten Raum zu schaffen, in dem jedes Teammitglied wachsen und sein volles Potenzial entfalten kann.

## Co-Founder



**Luca Rodella**  
CEO

Schloss einen Bachelor in Internationalen Studien in Trient und anschließend ein Marketing-Studium an der Universität von Los Angeles ab und sammelte Erfahrung in der internationalen Tourismus- und Technologiebranche.



**Eugenio Bancaro**  
CTO

Ist Webentwickler mit einem Masterabschluss in Informatik und arbeitete mehrere Jahre lang im Bereich Tech-Travel in der ganzen Welt, unter anderem im Silicon Valley.



**Tommaso Centonze**  
COO

Erhielt seinen Masterabschluss in BWL an der Copenhagen Business School. Er arbeitete als Berater für Roland Berger und entwickelte als New Business Partner für Google neue strategische Accounts in der MENA-Region.