

Revenue Management se basa en 2 principios:

1.- LOS ASIENTOS SON BIENES PERECEDEROS

- Una vez que el avión despegue se pierde la oportunidad de vender un asiento adicional.
- Cada asiento vacío es un ingreso perdido que MX nunca recapturará
- Por lo tanto, estas pérdidas de ingreso deben ser minimizadas

2.- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La demanda se segmenta por diferentes circunstancias tales como:

- Situación Económica
- Percepción de valor
- Motivación de compra
- Propósito del viaje

Si se ofreciera el mismo valor a todos los pax, estaríamos rechazando pax que no pueden pagar ese valor, pero también estaríamos aceptando pax pagando menos de lo que hubieran estado dispuestos a pagar.

NBTA México

MEXICANA

- Revenue management busca seleccionar la demanda que maximice el valor para la aerolínea y responda mejor a las necesidades del cliente, con base en el comportamiento de reservación.
- Para lograr esto, buscamos ofrecer una variedad de productos definidos por la combinación de "reglas de tarifas" tales como:
 - Precompra
 - RT o OW
 - Estadía mínima/máxima
 - Entre más bajo sea el precio podremos establecer mayores restricciones

NBTA México

MEXICANA