

Revenue Management & E-Commerce

Descripción:

Este curso está enfocado para el equipo comercial, marketing y ventas, que desee mejorar la optimización del Revenue Management y GOPpar (Beneficios por habitación disponible).

Destinatarios:

Revenue Managers, E-commerce Managers, Jefes de Recepción, Jefes de reservas, Jefes de ventas, Directores de hotel, gerentes y profesionales relacionados con el sector del turismo.

Objetivos:

- Consensuar los principios y fundamentos en los que se basa el Revenue para la construcción de un panel de control claro y adaptable a cada modelo de hotel.
- Comprender como calcular la demanda futura, para adaptar dinámicamente las estrategias comerciales.
- Aprender distintas estrategias de precios , y mejora de la visibilidad del establecimiento en agencias sin aumentar comisiones.
- Conocer distintas estrategias para mejorar las ventas directas.

Contenidos:

Introducción al Revenue Management (RM)

- Concepto y estrategias para conseguir los objetivos del RM: Revpar vs Goppar
- Interpretación de los cálculos de Revpar por periodos y día de la semana, para adaptar las estrategias futuras.
- Herramientas del RM.
- Procesos de trabajo del RM y funcionamiento de las reuniones del equipo RM.

Forecasting & Benchmarking: Elementos necesarios sobre previsiones de demanda.

- Segmentación de clientes y conocimiento de su comportamiento de compra.
- Análisis de históricos de ventas
- Calendarios de demanda pasada y futura.
- Evolución de pick up por segmentos de mercado.
- Curva de reservas por segmento de mercado y antelación de compra
- Otras variables que pueden afectar al “unconstrained demand” para definir estrategias de precios basadas en el conocimiento analítico.
- Gestión de Overbooking y Overselling: Coste de habitación vacía vs overbooking, y análisis de ratios de denials, no shows y cancelaciones
- Panel de análisis de demanda para adaptar estrategias de precios.

- Cálculo y análisis de los KPI de Benchmarking (RGI, ARI, MPI) para la definición de estrategias futuras.

Pricing (estrategias de precios).

- Tipos de precio y tarifas: (RO, PK, Opacas, NR, LS,...),
- Como utilizar los Rate fences: limitadores y multiplicadores de tarifas (reléase, Minlos, Maxlos, CTA, CTD, CLX,...)
- Estructura de tarifas dinámicas y matriz de precios.
- Estrategias de precios de estímulo o desplazamiento de demanda, para optimizar el Trevpar.

Ejercicios en Excels: Simuladores de resultados con diferentes escenarios del Revenue Management, vía análisis de datos, y definición de estrategias.

Distribución en OTA's, TTOO y Ventas Directas

- Factores y estrategias de posicionamiento en las OTAS
- Convivencia de venta on y off line.
- Estrategias para mejorar las ventas directas (sin intermediarios)

Modalidad: Presencial