Professione Sogni

Il corso Hotel Revenue Management rappresenta il più completo e facile percorso di formazione del mondo del ricevimento alberghiero e in generale del ricettivo, potendo apprendre tecniche comportamentali, di vendita, di leadership, fiscali e di controllo di budget per il perfetto Front Office Manager

Prezzo € 98

La durata del corso è fissata in 50 gg, entro cui bisogna sostenere l'esame finale (online).

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando l'esame, si riceve direttamente a casa il diploma di Hotel Revenue Management

Corso Hotel Revenue Management

Il corso si propone diversi obiettivi, che si possono sintetizzare come segue:

- capire cosa è il prezzo per chi vende, chi compra, per il mercato e il suo ruolo nel pricing, sia fisso che differenziale; conoscenza degli indicatori di efficienza, RSE, cash flow e cash through;

- pianificare il revenue attraverso la comprensione e l'utilizzo del BOF, del registro di alta occupazione e del calendario;

- apprendere tutte le formule del revenue management, ADR, IMO, RevPAR, RevPOR, GoPAR, CostPAR

- capire e gestire in maniera strategica l'inventario camere attraverso la differenziazione per tipologia e classi, la tariffa camera e l'overbooking, in riferimento ai diversi segmenti di mercato;

- organizzare un revenue strategico avanzato utilizzando tecniche di massimizzazione dei ricavi e delle tariffe, agendo sia in situazione di allotment, sia di gruppi, sia in date TOP, sia in medio periodo;

- conoscere da vicino il mercato turistico e la domanda ricettiva, i differenti segmenti di clientela per scopo di viaggio e per canale distributivo;

- analizzare il mercato attraverso gli indici relativi MPI, ARI, RGI, e di concorrenza.

Caratteristiche che rendono unico questo corso:

- più di 100 pagine studio full immersion per te per sempre, realizzate per farti assimilare questa delicata materia in modo diretto, immergendoti da subito nell'utilizzo pratico del revenue management alberghiero;

- più di 150 tra domande e esercizi interattivi online, per avere la certezza di capire correttamente i vari argomenti e metterti subito alla prova in situazioni lavorative di simulazione.

Corso Hotel Revenue Management Programma del corso

I principi del revenue management: cosa è il revenue, cosa si intende per revenue management alberghiero, concetto di profitto. Il prezzo nel revenue management alberghiero: il prezzo nel mercato, tra domanda e offerta, dal prezzo al pricing, pricing fisso e pricing differenziale. Cosa è il valore di un prodotto e come gestirlo, il ruolo del valore e della qualità di prodotto nel revenue management. Cosa è il surplus consumer. Formule di revenue alberghiero: ADR (RMC), IMO (Occupancy), RevPAR, RevPOR, GoPAR, RSE, Cash flow, Cash through, CostPAR.

Pianificazione del revenue: come prevedere la domanda e le vendite. Strumenti operativi di previsione: il BOF, il registro di alta occupazione, il calendario. Cosa è il nesting e come applicarlo nella room forecast. Cosa è l'RPO, l'RPT, cosa sono i no-shows, gli understays, gli overstays; come gestire gli eventi e i gruppi all'interno del calendario. Calcolare la convenienza di vendita camere a gruppi grazie alle proiezioni future. Il dato storico, il dato corrente, il dato futuro: la completa gestione delle previsioni.

La gestione dell'inventario camere: capire cosa è il prodotto camere e gestirne la disponibilità. Tipologie e classi di camere. L'upselling come tecnica di revenue: le strategie di top-down e bottom-up. Come gestire il cliente prima della prenotazione e durante il soggiorno con l'upselling. Gestire le richieste di quotazione camere per gruppi grazie alle proiezioni vendite. I contratti di fornitura turistici: opzione, allotment, vuoto per pieno: la convenienza alberghiera per tali contratti; il Wash delle camere. La pratica dell'overbooking come strategia di massimizzazione del revenue: come comportarsi in caso di cliente in overbooking. Gestione della tariffa rack.

Revenue management alberghiero avanzato: esempi pratici. Strategie tariffarie in relazione agli eventi dei canali distributivi partner dell'albergo. Tecniche di massimizzazione dell'occupazione e del RevPAR. Determinazione della tariffa di partenza: Il Break Even Point, il Desired Price, il Parachute Price. Strategie di massimizzazione nel medio periodo, per le date TOP e per le date spalla. Azioni promozionali: advanced booking, last minute booking, not refundable, minimum length of stay, minimum stay through, CTA e CTD, tattiche di sconto, parity rate, BAR; esempi pratici.

Analisi del mercato e segmentazione della domanda per canale di prenotazione e per scopo: cliente vip, cliente corporate, cliente leisure, il cliente walk-in, il cliente agenzia di viaggi; caratteristiche tipiche di ognuno. Cosa è il CEA. Gestione del rinnovo dei contratti di fornitura. Indici di mercato e di concorrenza: fair share, market share, indice d concorrenza, indice di penetrazione, MPI, ARI, RGI.

