

The background is a dark, textured image with a halftone dot pattern. It features a line graph on the left with data points and a pen resting on a table of numbers. The table has several columns of numerical data.

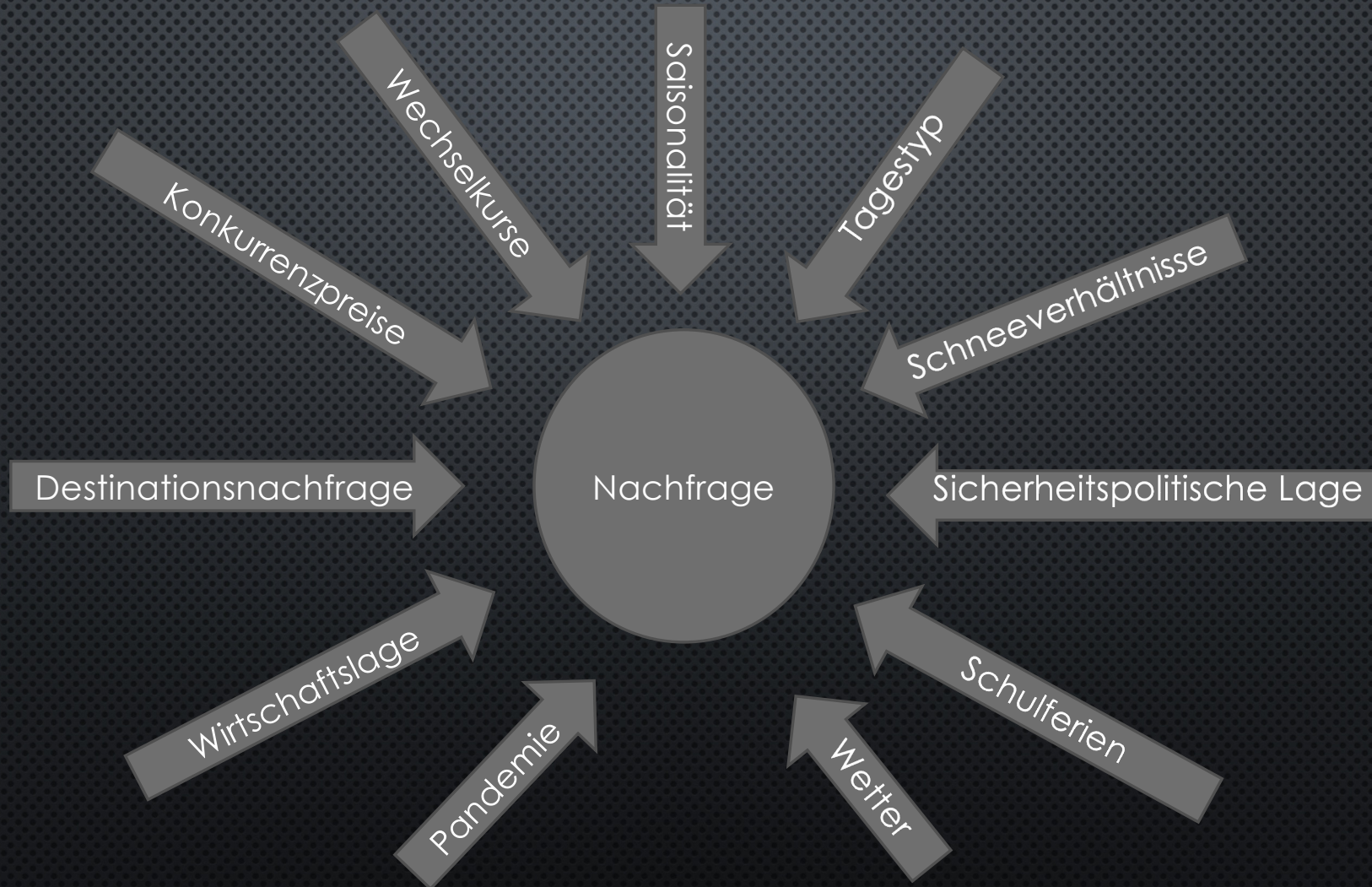
ZENTRALISIERUNG IM REVENUE MANAGEMENT – LIMITIERUNGEN IN DER PRAXIS

SEBASTIAN KÜCHLER – SWISS HOSPITALITY COLLECTION

REVENUE MANAGEMENT SYSTEME

LOHNT SICH DER EINSATZ EINES REVENUE MANAGEMENT SYSTEMS FÜR EIN
HOTEL?

EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE NACHFRAGE FÜR EINEN HOTELBETRIEB



WIE ERKENNT MAN DIE NACHFRAGE

Faktor	Manuell durch MA	Tools (Extranet OTAs oder Rate Shopper)	Revenue Management System
Konkurrenzpreise	sehr zeitintensiv	effizient	effizient
Wechselkurse	einfach abschätzbar	schwierig	je nach Tool möglich
Events	einfach, darf nicht vergessen werden	je nach Tool möglich	je nach Tool möglich
Branchenfremde Faktoren (z.B. Flugzeugauslastung)	unmöglich	sehr begrenzt möglich	je nach Tool möglich
Wetter	möglich, wird häufig vergessen	nicht möglich	je nach Tool möglich

Die meisten Nachfrage beeinflussenden Faktoren werden von Revenue Management Systemen sehr effizient analysiert

ZWEI HOTELBEISPIELE ZU LIMITIERUNGEN VON RMS



Problemfelder:

- Kategorienverfügbarkeit
- Restriktionen



Problemfeld:

- Mitbewerberdynamik

BEISPIEL AUS DER PRAXIS (HOTEL A)

Zimmerkategorien

	Feb 23											Mrz 23										
	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M
	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Person																			R	R	R	R
2 Personen										R	R					R						
3 Personen	R	R		R	R	R	R	R	R		R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
4 Personen	R	R	R			R													R	R	R	R
5 Personen	R	R	R					R						R	R	R			R			
6 Personen													R					R				
7 Personen			R	R								R	R		R	R	R		R	R		R

Verfügbarkeiten und Mindestaufenthalte pro Zimmerkategorie

- ✓ Preisvariation durch Revenue Management System (Gefahr durch doppelten Yield Faktor)
- ✗ Kategorienverfügbarkeit
- ✗ Restriktionsanpassungen

BEISPIEL AUS DER PRAXIS (HOTEL B)



Mitbewerber A
Fixpreise



Hotel B



Das RMS orientiert sich an
statischen Mitbewerberpreisen



Mitbewerber B
Fixpreise

Keine richtige Dynamik möglich

Einsatz eines RMS mit Fokus auf Mitbewerberpreise



LIMITIERUNGEN DER REVENUE MANAGEMENT SYSTEME

System	Mitbewerberpreise	Auslastung	Branche fremde Daten	Kategorien-yield	Segmente	Mindestaufenthalte	Durchgängige Verfügbarkeit
System A	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗
System B	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
System C	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
System D	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗

SCHLUSSFOLGERUNG

LOHNT SICH DER EINSATZ EINES REVENUE MANAGEMENT SYSTEMS FÜR EIN HOTEL?

Der Einsatz von Systemen lohnt sich in den meisten Fällen

Es kommt darauf an
Wichtig:

- Sich bewusst sein, was die **Möglichkeiten** aber auch die **Grenzen** des im Einsatz stehenden Revenue Management Systems sind und wo nötig Einfluss nehmen;
- Ein gut **ausgebildeter Mitarbeiter** ist auch nötig, wenn ein RMS eingesetzt wird;
- Durch die Systeme von einer Automatisierung und **Effizienzsteigerung** profitieren.

Dankeschön

Gracias

Dankä

Dank u

Merci beaucoup

Спасибо

Grazie

Sebastian Kuchler

Consultant, Lecturer &
Project Manager

Swiss Hospitality Collection
Gesegnetmattstrasse 2
CH 6006 Luzern
Schweiz

s.kuechler@swisshc.ch

