Die Zukunft des Revenue Managements: Euer Weg zu optimierten Hotelpreisen

Wir stellen vor: die Moderatoren

Veit Meier

Mitglied im Expertenkreis Revenue Management | HSMA Deutschland e.V.
Director of Development | Berner & Becker

Jan Kolbe

Senior Account Executive | IDEaS

HSMA

IDEAS[™]
A sas COMPANY

Euer Weg zu optimierten Hotelpreisen

- 1** **Gemeinsam den Kurs setzen:** Grundlagen des Revenue Managements
 - 2** **Mehr rausholen:** Techniken für bessere Forecasts, Preise und Inventarstrategien
 - 3** **Umsatz ankurbeln:** Mit RMS-Technologie zum Erfolg
 - 4** **Gut vorbereitet:** Zusätzliche Ressourcen & Q&A
-

IDeaS' Fast Facts

Seit

35

Jahren unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihr Revenue Management zu optimieren.

30.000+

Hotels optimieren täglich ihr Revenue Management mit uns

2,8 Mio.+

Zimmer und Unterkünfte weltweit werden mit Lösungen von IDeaS optimiert

164

Länder auf sechs Kontinenten nutzen Lösungen von IDeaS

98%

unserer Kunden arbeiten auch heute noch mit uns zusammen

Gemeinsam den Kurs setzen

Grundlagen des Revenue Managements

Das richtige Produkt

Zum richtigen Preis

An den richtigen Kunden

Zur richtigen Zeit

Über den richtigen Vertriebskanal

REVENUE MANAGEMENT WEITERE DETAILS

- Ein nicht verkauftes Hotelzimmer ist für immer verloren
- Ist der Preis zu hoch, bleibt das Zimmer leer – und generiert keinen Umsatz
- Spiegelt der Preis nicht die Nachfrage wider, werden möglicherweise Umsatzchancen verpasst.
- Wird das Zimmer an diesem Tag nicht verkauft, kann es nicht erneut verkauft werden.

REVENUE MANAGEMENT
UMSATZ MAXIMIEREN - LEISTUNG OPTIMIEREN

REVENUE MANAGEMENT
UMSATZ MAXIMIEREN - LEISTUNG OPTIMIEREN

DEN ERFOLG MESSEN

4 KPIS, DIE JEDES HOTEL VERFOLGEN SOLLTE

OCC BELEGUNG

Misst den Prozentsatz der belegten Zimmer während eines bestimmten Zeitraums.

$$\frac{\text{Anzahl der belegten Zimmer}}{\text{Gesamtzahl der verfügbaren Zimmer}} \times 100$$

ADR TÄGLICHE DURCHSCHNITTSRATE

Misst die durchschnittl. Rate für die in einem bestimmten Zeitraum verkauften Zimmer.

$$\frac{\text{Gesamtumsatz der Zimmer}}{\text{Anzahl der verkauften Zimmer}}$$

REVPAR UMSATZ PRO VERFÜGBAREM ZIMMER

Kennzahl des erwirtschafteten Umsatzes, welche die Zahl der verfügbaren Zimmer berücksichtigt.

$$\frac{\text{Gesamtumsatz der Zimmer}}{\text{Anzahl der verfügbaren Zimmer}}$$

RGI REVENUE GENERATING INDEX

Index, der den Anteil eines Hotels auf seinem Markt misst.

$$\frac{\text{RevPAR des eigenen Hotels}}{\text{RevPAR des CompSets oder Marktes}} \times 100$$

REVENUE MANAGEMENT ZIEL

REVENUE MANAGEMENT WARUM DAS WICHTIG IST

OPTIMIERUNG DES
PREISES FÜR BESSERE
ERGEBNISSE

60 % der befragten Hoteliers sind sich einig: Ein besseres Revenue Management ist der effektivste Weg zur Optimierung des Nettobetriebsergebnisses.

IDeaS & Benchmark Research, Hotel Investor Survey 2023

DER PREIS IST WICHTIG

45 % der Reisenden nennen den Preis als den wichtigsten Faktor bei der Wahl der Unterkunft.

Phocuswright Consumer Travel Report 2023

SIND IHRE PREISE
MARKTKONFORM?

61 % der Reisenden besuchen eine OTA- oder Vergleichswebsite, bevor sie auf der Website eines Hotels einkaufen.

Expedia-Umfrage „Path to Purchase“ 2023

Mehr rausholen:

Techniken für bessere Forecasts, Preise, und
Bestandsstrategien

A man and a woman are standing in a hotel room. The man is wearing a suit and tie, and the woman is wearing a light-colored jacket. They are both smiling and looking at each other. The room has a bed, a desk, and a framed picture on the wall. The entire image is overlaid with a blue filter.

Ein weiser Mensch sagte einmal, es gäbe zwei Arten
von Vorhersagen:

Glückliche und *falsche*

FORECASTING UNEINGESCHRÄNKTE NACHFRAGE

Die Nachfrage wird nicht durch die Kapazität eines Hotels beschränkt

A blurred background image of a business meeting. A woman in a dark suit is in the foreground, smiling and looking towards the right. In the background, another person is partially visible, also in a suit. The overall scene is dimly lit with a blue tint.

Die Preisgestaltung bleibt einer der effektivsten Hebel

zur Umsatzsteigerung, wenn sie mit der Nachfrage
im Einklang steht

PREISE VERGLEICH STRATEGISCHER GEWINNHEBEL

Eine
Anpassung von
1% in X führt zu
Gewinn-
optimierung
von Y%

Quelle: McKinsey & Co Studie von 1.500 Unternehmen in verschiedenen Branchen

PREISE ÜBERBLICK ÜBER PREISMODELLE IN DER BRANCHE

PREISE MEHRERE SEGMENTE UND PRODUKTE

Zusammenhang zwischen Preis und Nachfrage für ein einzelnes Produkt

Preissensitivität bei mehreren Angeboten

Hotels, die
**Preise und Verfügbarkeit
ganzheitlich steuern,**
erzielen bessere Ergebnisse als Hotels mit reiner
Preisfokussierung

INVENTORY MANAGEMENT DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer

Uneingeschränkte Nachfrage

INVENTORY MANAGEMENT DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer

Langzeitaufenthalte gezielt nutzen

INVENTORY MANAGEMENT DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer

Optimaler Nachfrage-Mix

INVENTORY MANAGEMENT DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Mit einer Präferenz für lange Aufenthalte	620 verkaufte Zimmer - 82,66 % Belegung	zu 300 € pro Zimmer 186.000 €	RevPAR 248 €
Mit dem optimalen Nachfrage-Mix	720 verkaufte Zimmer - 96,00 % Belegung	zu 300 € pro Zimmer 216.000 €	RevPAR 288 €

Optimierter RevPAR = 40 € oder 16 %!

INVENTORY MANAGEMENT UNSER EINZIGARTIGER STEUERUNGSMIX

Preisgestaltung

- Nach Zimmerklasse
- Nach Ratencode
- Berücksichtigt die Aufenthaltsdauer

Last Room Value

- Höherwertige Buchungen in Zeiten eingeschränkter Nachfrage priorisieren
- Belegung von Schulternächten steigern

Überbuchung

- Strategische Upgrade-Pfade

Umsatz ankurbeln

Mit RMS-Technologie zum Erfolg

A man and a woman are standing in a hotel room. The man, on the right, is wearing a light-colored suit and tie, and is holding a tablet computer. He is gesturing with his right hand towards the right side of the frame. The woman, on the left, is wearing a light-colored dress and is looking at the man. The room has a bed with white pillows, a nightstand with a lamp, and a framed picture on the wall. The entire image has a blue tint.

Nur ein Bauchgefühl- oder doch ein
genialer Instinkt?

WAS SPRICHT FÜR VERÄNDERUNG? DER MEHRWERT VON REVENUE-MANAGEMENT-TECHNOLOGIE

*% der Hotels,
die ein RMS
verwenden*

h2c, 2022 Global Hospitality Distribution Study, Februar 2023

„Revenue Management war die erste bedeutende Funktion, die fortschrittliche Analytik im großen Maßstab im Reisesektor einsetzte. Heute sind Praktiken wie die **dynamische Preisgestaltung** Branchenstandard.“

McKinsey, Advanced Analytics in Hospitality, 2017

RM-TECHNOLOGIE WOFÜR STEHEN IDEAS-SYSTEME?

Sie bewerten die Hotel-Performance und Marktnachfrage.

Sie analysieren die Gästenachfrage im Marktumfeld.

Sie erstellen Preisempfehlungen und Restriktionen, die sich an Marktveränderungen anpassen.

Sie befähigen Teams durch datenbasierte Einblicke fundierte Entscheidungen zu treffen.

Preisempfehlungen direkt an Eure Vertriebskanäle übermitteln.

RM-TECHNOLOGIE

Leistung des Revenue-Tech-Stacks maximieren

Preise automatisch berechnen und auf allen Plattformen verteilen

Wichtige Veränderungen und Erkenntnisse aus Unternehmen und Markt stets im Blick behalten.

Den Fokus auf strategische Entscheidungen legen – weniger auf manuelle Reports.

$0 \leq x^2 - 11x - 12 \leq x^2 + 11x + 6$; $S = 1 + \frac{\pi}{2} \times \frac{\pi}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{\pi^2}{8} + 1$; $y = 2^x \ln 2 - \frac{1}{(x-1) \ln 3}$; $y = 3^{-x} + 2 \log_{\frac{1}{2}} x$; $y' = -3^{-x} \ln 3 + \frac{2}{x \ln(\frac{1}{2})}$; $y = 5^x 7 \log_{\frac{1}{5}}(x+1)$; $\Delta ABC: AB=BC=CA$
 $\begin{cases} (x-12)(x+1) \geq 0 \\ 22x > -18 \end{cases}$; $\begin{cases} x \geq 12 \\ x \leq -1 \\ x > -\frac{9}{11} \end{cases}$; $x \in [12; +\infty)$; $y = \sin 2x, y = x - \frac{\pi}{2}, x = 0$
 $\sqrt{5x^2 - 10x - 3} > \sqrt{x - 2x^2 + 3} \geq 0$; $5x^2 - 10x - 3 > x - 2x^2 + 3 \geq 0$; $y' = 5^x \ln 5 + \frac{7}{(x+1) \ln 5}$; $y = (\frac{1}{7})^x \log_5(x+4)$; $y' = (\frac{1}{7})^x \ln 7 + \frac{1}{(x+4) \ln 5}$
 $S = \int_0^{\frac{\pi}{2}} \sin 2x dx + \frac{\pi}{2} \times \frac{\pi}{2} \times \frac{1}{2} = -\frac{1}{2} \cos 2x \Big|_0^{\frac{\pi}{2}} = \frac{1}{2} + \frac{1}{2} + \frac{\pi^2}{8} = 1 + \frac{\pi^2}{8}$; $R = OB = \frac{1}{2} AB = \frac{1}{2} BC$; $S = \pi R l = \pi R \times BC = \pi R \times 2R = 2\pi R^2$; $S_s + S_b = 2\pi R^2 + \pi R^2 = 3\pi R^2$
 $y = \sin x, y = -x, x = 0, x = \frac{\pi}{2}$; $S = \int_{\frac{\pi}{2}}^{\pi} \sin x dx + \frac{\pi}{2} \times \frac{\pi}{2} \times \frac{1}{2} = \cos x \Big|_{\frac{\pi}{2}}^{\pi} + \frac{\pi^2}{8} = 1 + \frac{\pi^2}{8}$
 $y = \cos \frac{x}{2}, y = x - \pi, x = 0, x = \pi$; $S = \int_0^{\pi} \cos \frac{x}{2} dx + \pi \times \pi \times \frac{1}{2} = 2 \sin \frac{x}{2} \Big|_0^{\pi} + \frac{\pi^2}{2} = 2 + \frac{\pi^2}{2}$
 $\begin{cases} 2x^2 - x - 3 \geq 0 \\ 7x^2 - 11x - 6 > 0 \end{cases}$; $\begin{cases} -1 \leq x \leq \frac{3}{2} \\ x > 2 \\ x < -\frac{3}{7} \end{cases}$; $x \in [-1; -\frac{3}{7})$
 $\sqrt{7x+3} = x \Rightarrow 7x+3 = x^2$; $\log_2(x-1) - \log_x = 0 \Rightarrow \log_2(1 - \frac{1}{x}) = 0$
 $\int (\frac{1}{2\sqrt{x}} + x) dx = \sqrt{x} + \frac{x^3}{3} + C$; $\frac{S_s}{S} = \frac{2\pi R^2}{3\pi R^2} = \frac{2}{3}$
 $\int (\frac{1}{2\sqrt{x}} + x) dx = \sqrt{x} + \frac{x^2}{2} + C$; $\cos(\frac{\pi}{3} - x) \leq \cos x$
 $\sin(\frac{\pi}{6} - x) \geq 0; \sin(\frac{\pi}{6} - x) \geq 0$

WERDEN TECHNOLOGIEN DEN MENSCHEN ERSETZEN?

$$V = \frac{1}{3} M,K (S_1 + \sqrt{S_1 S_2} + S_2) = \frac{1}{3} \times \frac{(a-b)\sqrt{3}}{6} \times \text{tga} \times (a^2 - ab + b^2) \times \frac{\sqrt{3}}{4} = \frac{(a^3 - b^3) \text{tga}}{24}$$

RM-TECHNOLOGIE OPTIMIERE GEZIELT DIE STELLSCHRAUBEN DEINER STRATEGIE

Fokus auf Produktivität

RM-KULTUR

PERFORMANCE VORANTREIBEN FÜR DEINEN ERFOLG

KI WÄCHST WEITERHIN RASANT

Reifegrade der KI nach Branche 2021 und 2024

Travel and Transportation are the two industries most likely to benefit from the revolution in data and AI

Source: McKinsey & Company

Breakdown of use cases by applicable techniques, %

Full value can be captured using non-AI techniques

15

AI necessary to capture value ("greenfield")

16

AI can improve performance over that provided by other analytics techniques

69

Potential incremental value from AI over other analytics techniques, %

Travel	128
Transport and logistics	89
Retail	87
Automotive and assembly	85
High tech	85
Oil and gas	79
Chemicals	67
Media and entertainment	57
Basic materials	56
Agriculture	55
Consumer packaged goods	55
Banking	50
Healthcare systems and services	44
Public and social sectors	44
Telecommunications	44
Pharmaceuticals and medical products	39
Insurance	38
Advanced electronics/semiconductors	36
Aerospace and defense	30

Is Generative AI Good at Math(s)

Source: ChatGPT

Is generative AI good at math problems and if not, why not?

Generative AI, like me, can be quite good at solving math problems, especially those that involve clear, structured logic and standard mathematical procedures. However, there are some situations where generative AI may struggle. Here's why:

Strengths of Generative AI in Math

1. **Pattern Recognition:** AI is excellent at recognizing patterns, which is essential for solving algebraic equations, number series, and similar problems.
2. **Memory of Rules:** AI is trained on mathematical principles and can recall formulas and procedures effectively.
3. **Speed and Precision:** For problems with well-defined inputs, AI can perform calculations quickly and accurately.
4. **Symbolic Math Tools:** Advanced systems can integrate symbolic computation tools, which improve capabilities in algebra, calculus, and more complex topics.

SUMMARY:

By Its Own Estimations 'Yes' But Not Complex Problems

Is Generative AI Good at Math(s)

Forbes, Oct 14, 2024

- Learns by identifying patterns in large amounts of text data.
- This lacks structured logical reasoning required for mathematical calculations
- As a result, it can struggle with even basic arithmetic.

The Right Type of AI for the Business Problem

IdeaS has provided

Mathematical AI

to the travel industry for 35+ years!

Predictive Analytics

Utilizes 100s of responsive forecasting models

Scienced-based ROI Simulation
Surpasses human efforts with proven statistical approach

Precision Forecasts
Anticipates demand and uncertainty

Seamless Optimization

Self-learns and dynamically re-optimizes in response to market changes

Automated Decisions
Optimizes pricing, inventory and rate availability controls

Artificial Intelligence Applications

Automation & Continuous Learning

Forecasting and
Optimization

Language
Processing

Statistics,
Machine Learning,
Deep Learning

Takeaways

Die Hotellerie hinkt bei der Einführung von KI hinterher – doch die Auswirkungen werden enorm sein.

KI im Revenue Management wird keine Jobs ersetzen – sie wird Euch helfen, Euren Job besser zu machen.

KI ist nicht “one-size fits all”. Überlege dir, was dein Hotel wirklich braucht – und welches Maß an KI dafür sinnvoll ist.

Gut vorbereitet

Zusätzliche Ressourcen und Q&A

ERSTE SCHRITTE PERFORMANCE ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

ÜBERWACHUNG

KPIS
TAKT
NACHHALTIG

PREISE

MARKT-BENCHMARKS IM BLICK BEHALTEN
MARKTSIGNALE
POSITIONIERUNG

KOSTEN

PREISUNTERGRENZE
BETRIEBSKOSTEN
PERSONAL

MARKT

GÄSTE
SAISONABHÄNGIGKEIT
WICHTIGE WETTBEWERBER

ZUSÄTZLICHE RESSOURCEN

WIR BESCHREITEN DIESEN WEG GEMEINSAM

Revenue-Management- Grundlagenkurse auf ideas.com

The screenshot shows the IDEAS website's 'Resources' page. The navigation bar includes 'Our Solutions', 'Who We Serve', 'Partners', 'Resources', 'Company', and 'Contact Us'. The main content area features a grid of six course cards, each with a title and a 'Begin course >' button:

- Revenue Management Courses Overview
- How Forecasts Work
- Factors that Influence Forecasts
- Optimal Pricing
- Inventory Control
- Strategies for Success

Buchen Sie ein Meeting mit einem RMS- Experten

The screenshot shows the IDEAS website's 'Meeting Booking' page. The navigation bar includes 'Unsere Lösungen', 'Wen wir unterstützen', 'Partner', 'Ressourcen', 'Firma', and 'Kontaktinfo'. The main content area features a blue background with a laptop displaying a chart and a chat overlay. The text on the page reads:

Ermöglichen Sie schnelle Umsatzsteigerungen mit intelligenten, automatisierten Entscheidungen über Preise und Verfügbarkeit

Lassen Sie sich vom weltweit führenden Anbieter von Revenue-Management-Lösungen für die Hotellerie und Reisebranche **zeigen, wie das geht.**

Buttons: [Demo buchen](#), [Erfolgsgeschichten lesen >](#)

The chat overlay is titled 'IDEAS Revenue Expert' and contains the following text:

Heute, 21:57 nachmittags

Um sicherzustellen, dass wir Sie mit dem richtigen Mitarbeiter verbinden, brauchen wir noch ein paar Informationen von Ihnen... Wie heißen Sie?

Enter a reply... [Senden](#)

Datenschutzrichtlinie

Q&A

IDEAS[™]
A sas COMPANY

IdeaS.com