Die Zukunft des Revenue Managements: Euer Weg zu optimierten Hotelpreisen

IDeaS™
A SAS COMPANY

Wir stellen vor: die Moderatoren

HSMA

Veit Meier

Mitglied im Expertenkreis Revenue Management | HSMA Deutschland e.V.

Director of Development | Berner & Becker

IDeaS™ A SAS COMPANY

Jan Kolbe

Senior Account Executive I IDeaS

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

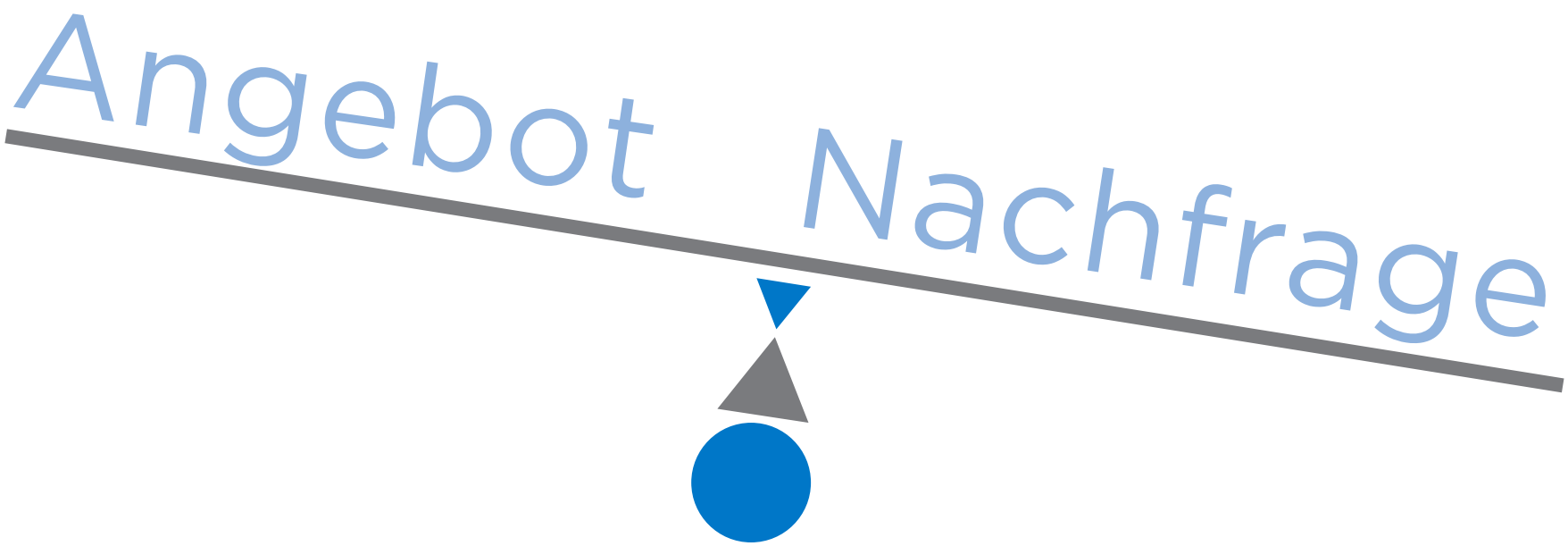
REVENUE MANAGEMENT

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.

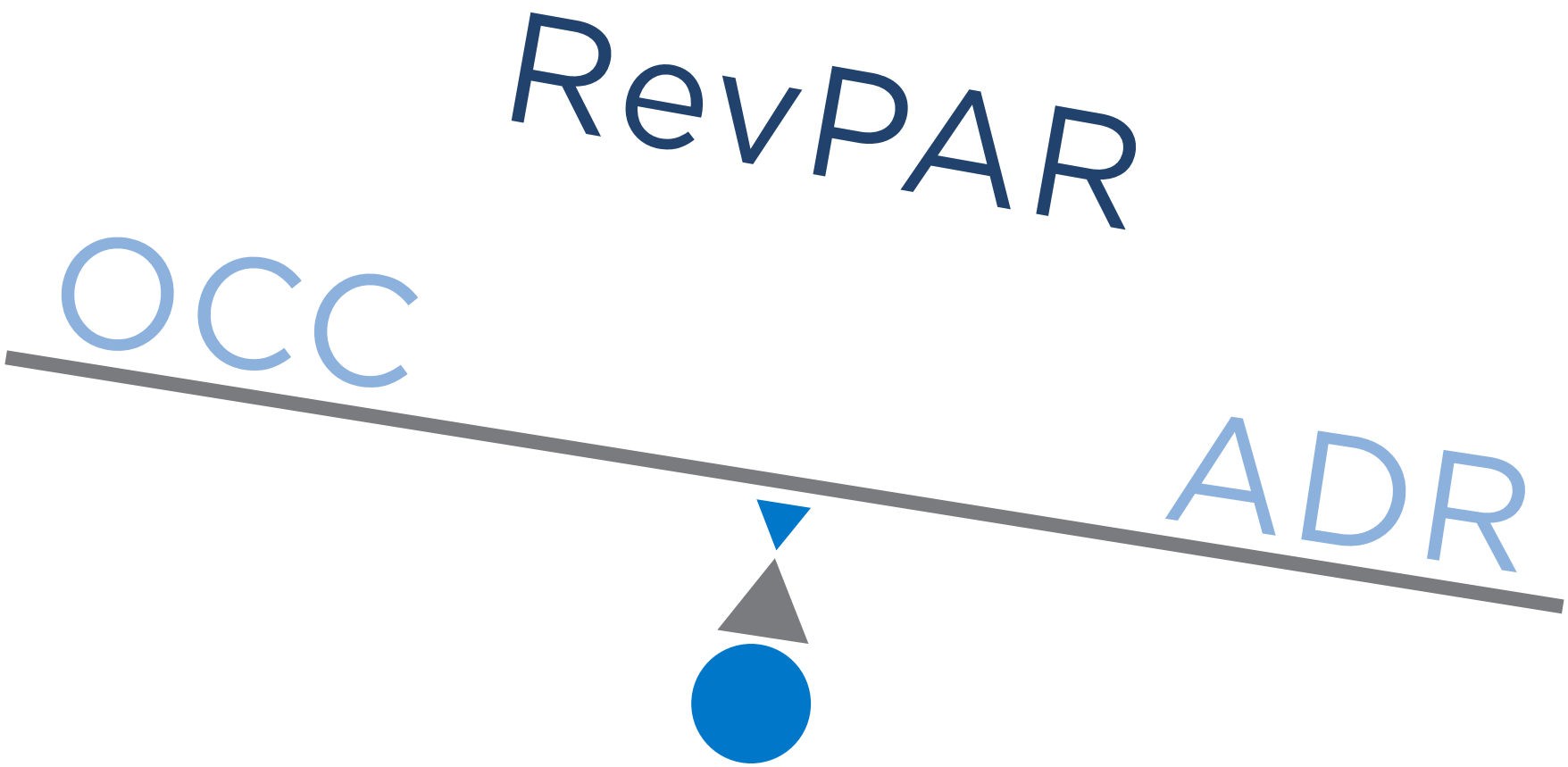
REVENUE MANAGEMENT

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.

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

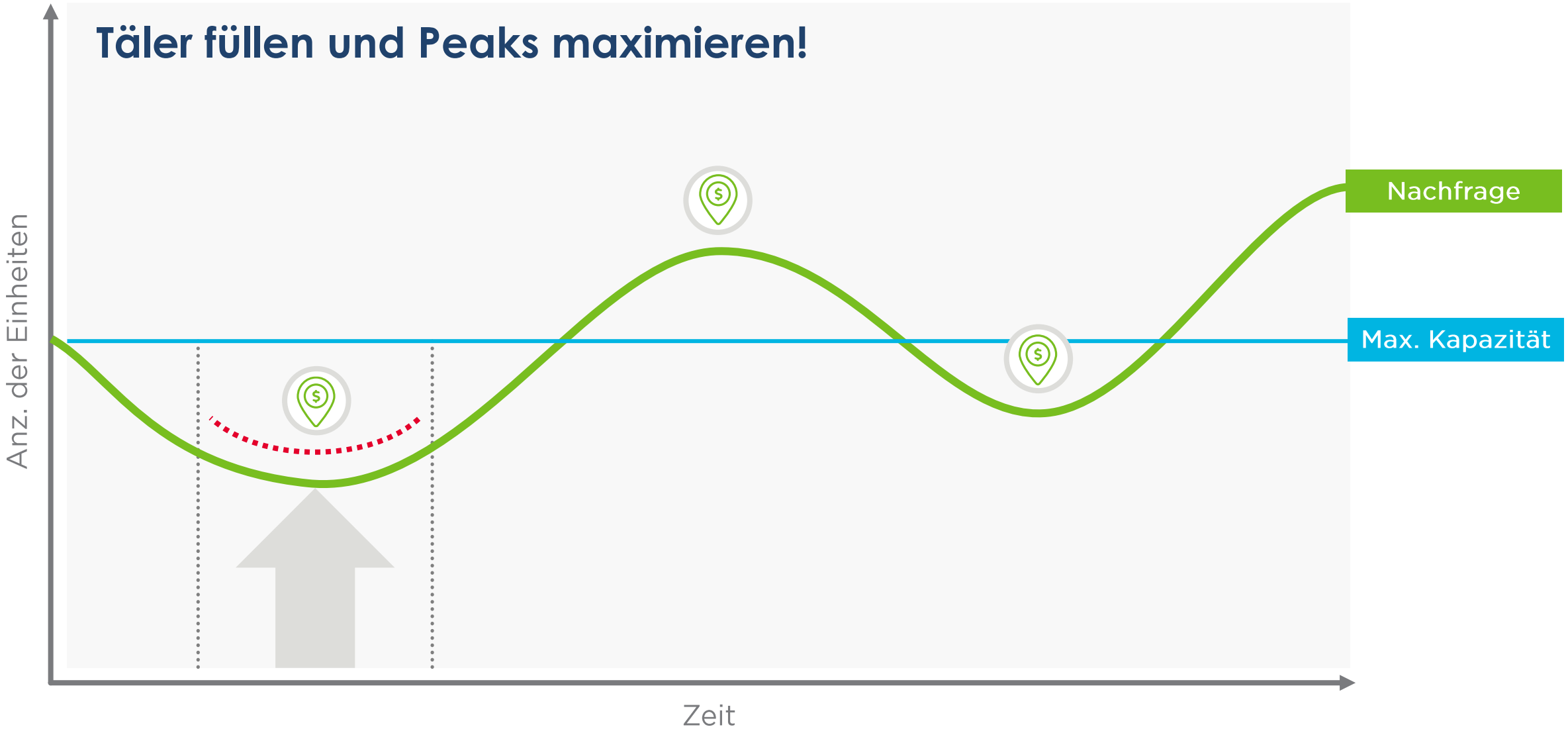
RGI
REVENUE GENERATING INDEX

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

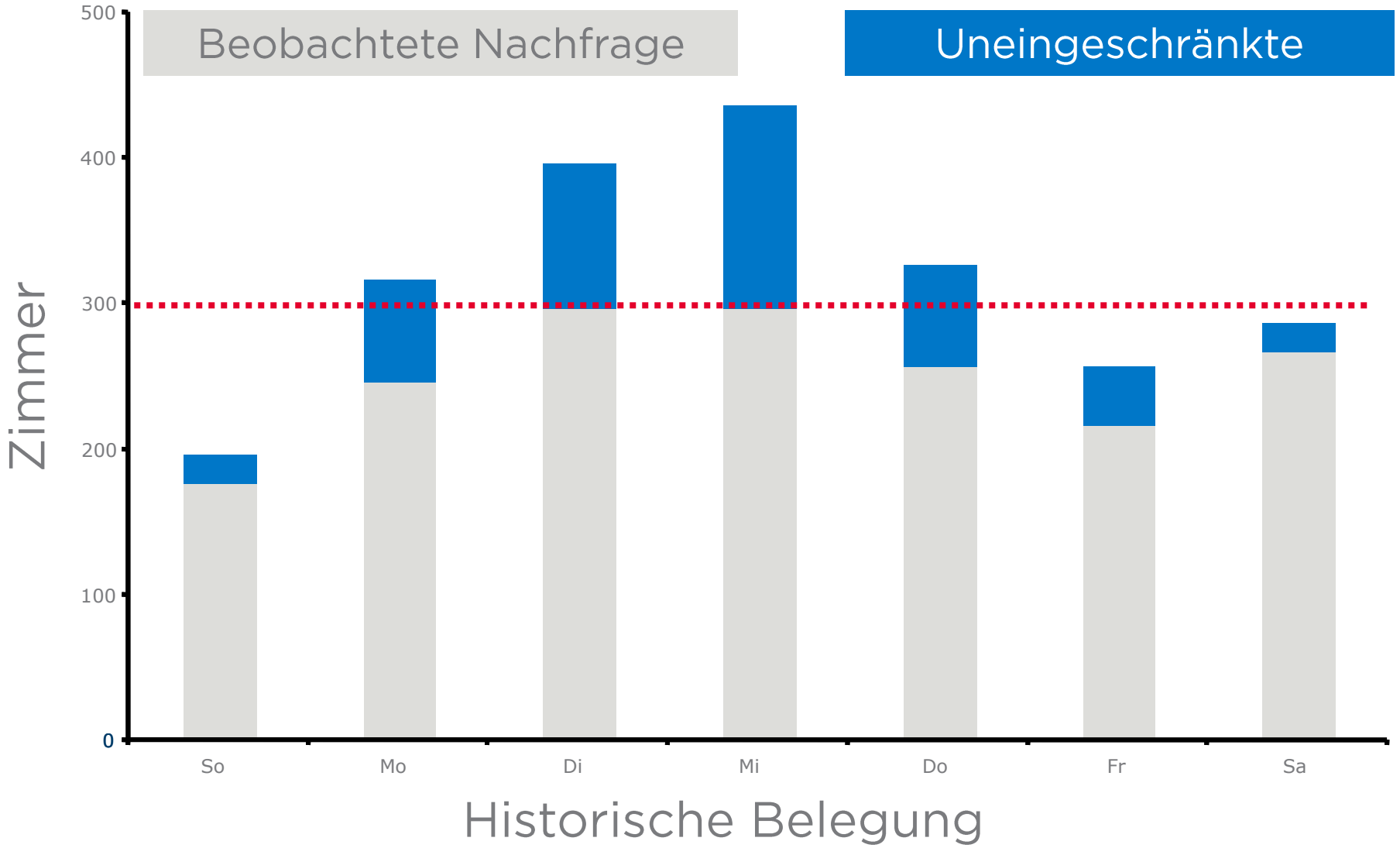
Ein weiser Mensch sagte einmal, es gäbe zwei Arten von Vorhersagen:

Glückliche und *falsche*

FORECASTING

UNEINGESCHRÄNKTE NACHFRAGE

Die Nachfrage wird nicht durch die Kapazität eines Hotels beschränkt



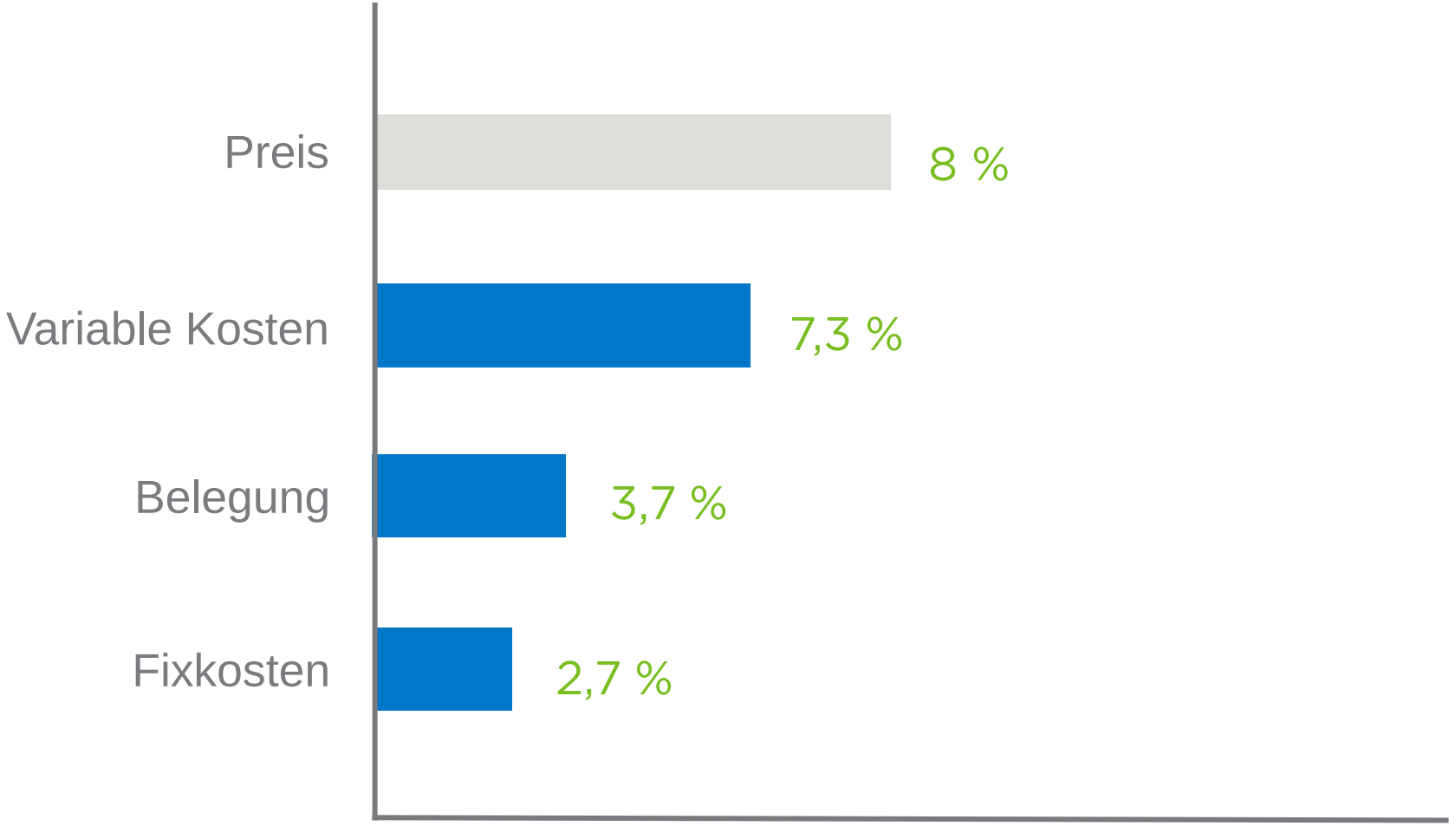
Die Preisgestaltung bleibt einer der effektivsten Hebel

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

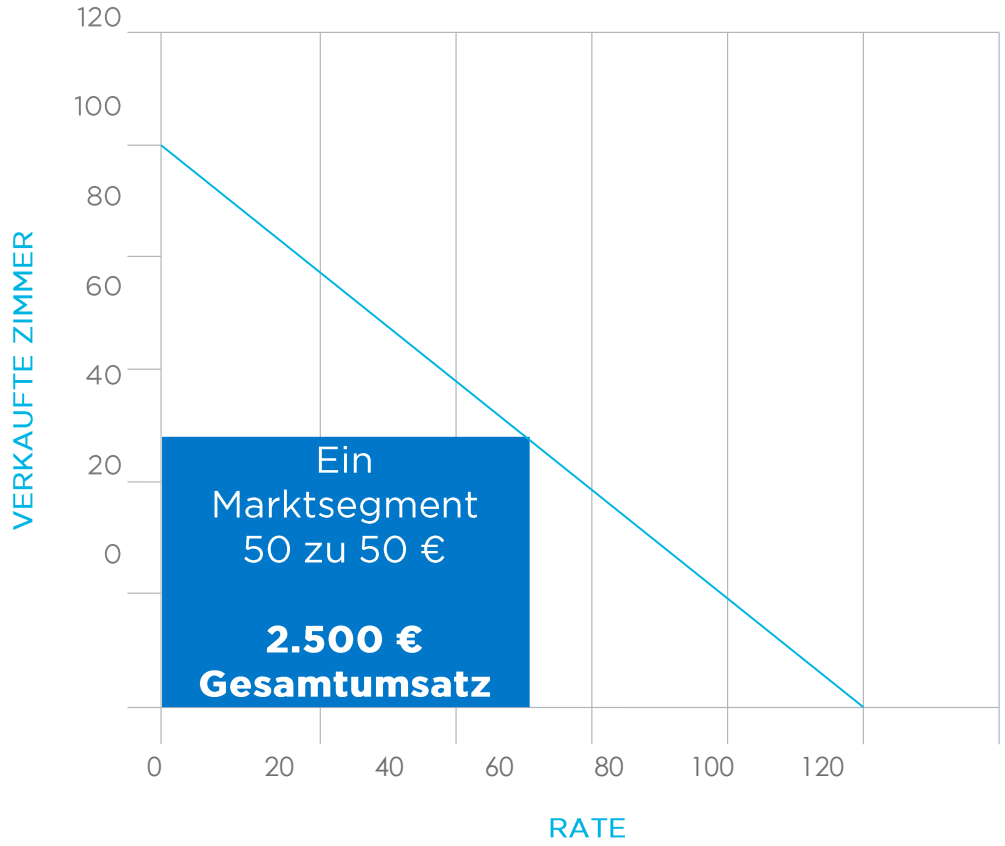
PREISE

ÜBERBLICK ÜBER PREISMODELLE IN DER BRANCHE

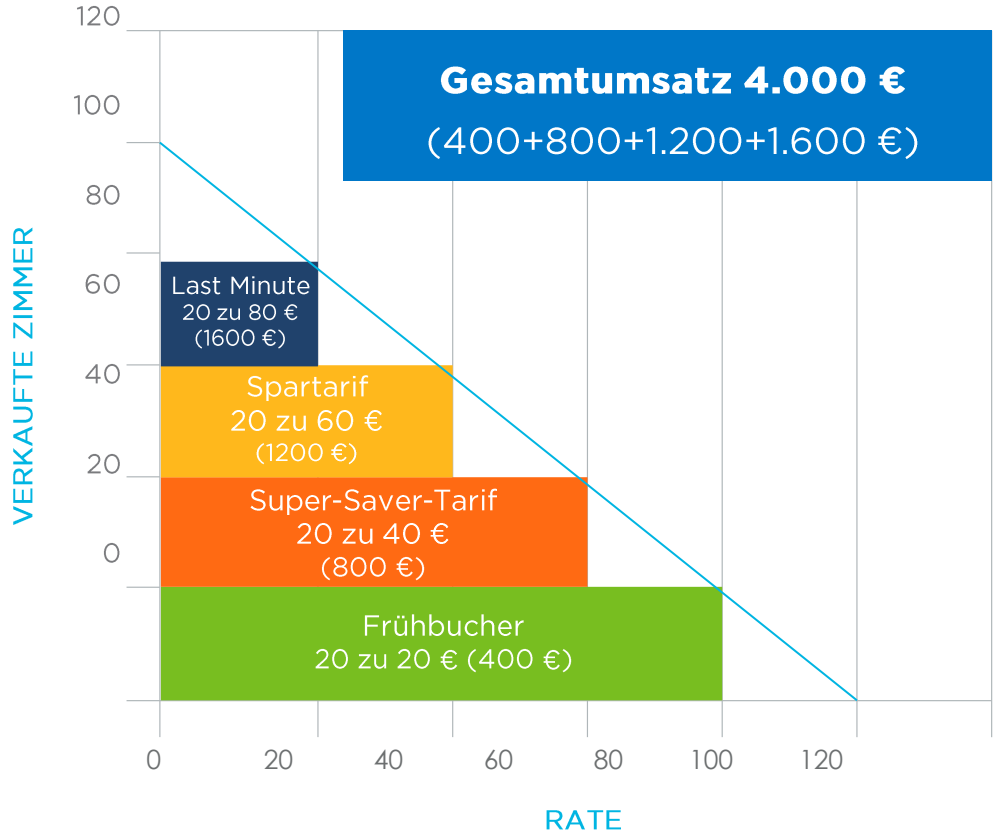
PREISE

MEHRERE SEGMENTE UND PRODUKTE

Zusammenhang zwischen Preis und Nachfrage für ein einzelnes Produkt



Preissensitivität bei mehreren Angeboten



Hotels, die

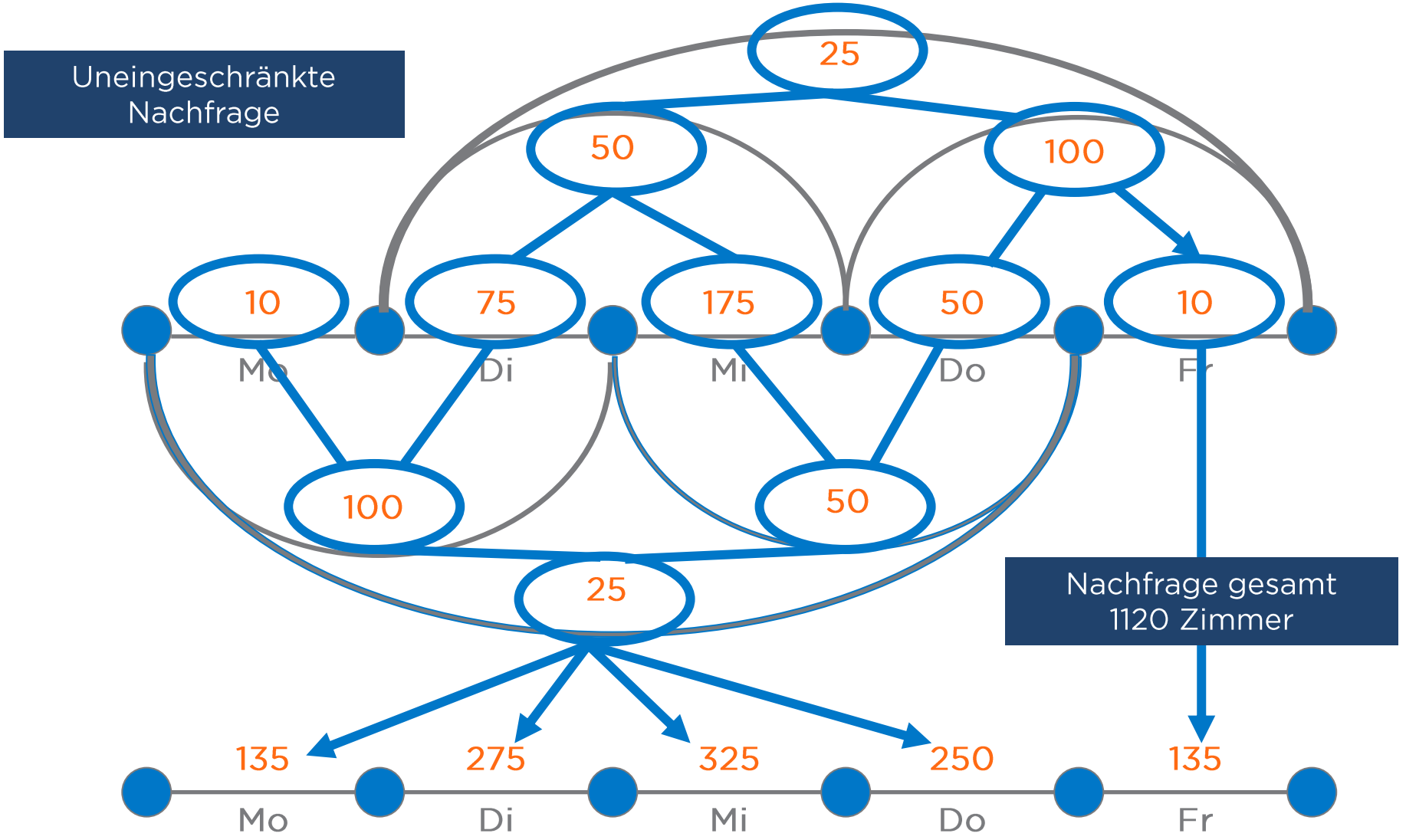
Preise und Verfügbarkeit ganzheitlich steuern,

erzielen bessere Ergebnisse als Hotels mit reiner Preisfokussierung

INVENTORY MANAGEMENT

DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer

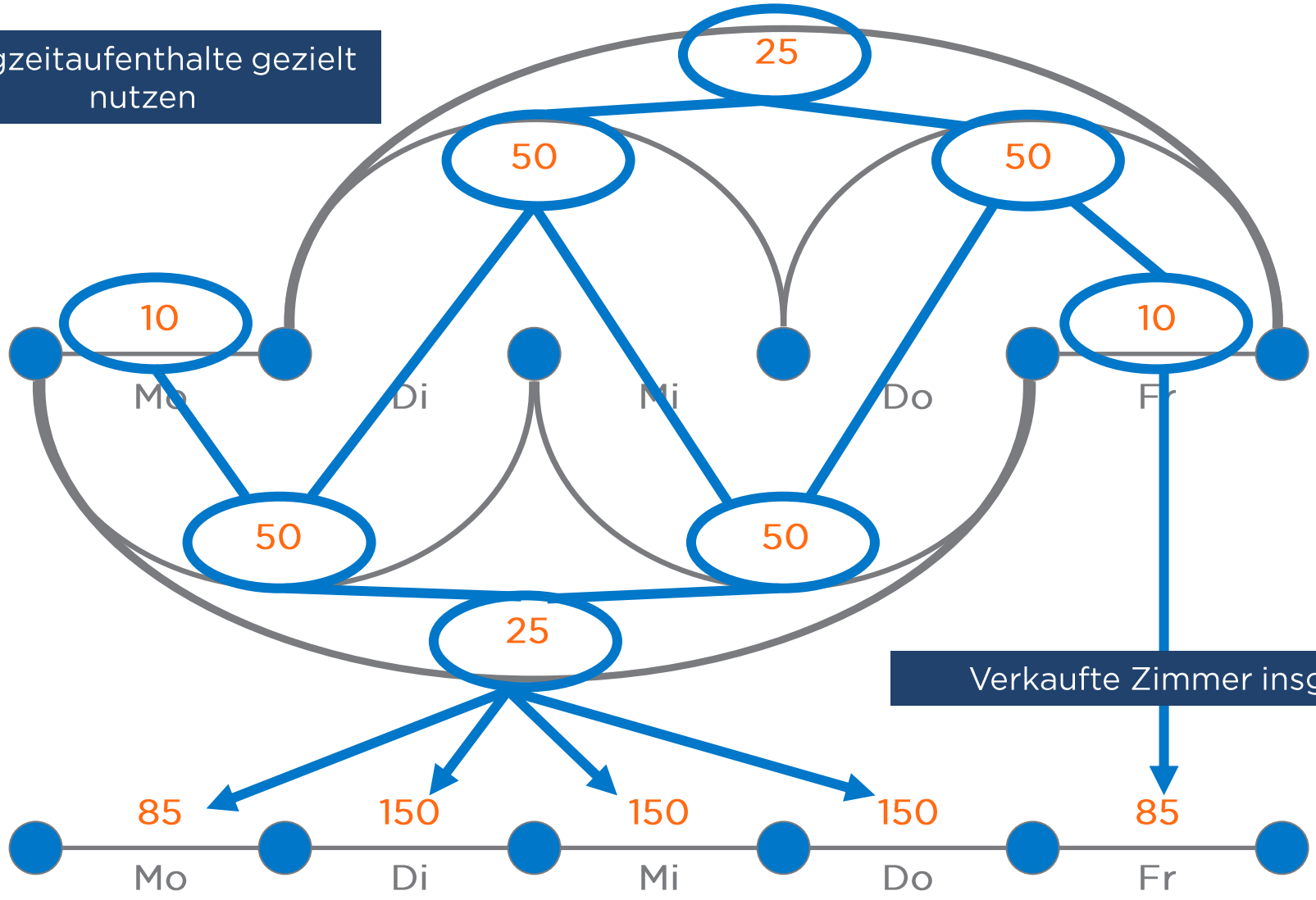


INVENTORY MANAGEMENT

DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer

Langzeitaufenthalte gezielt nutzen

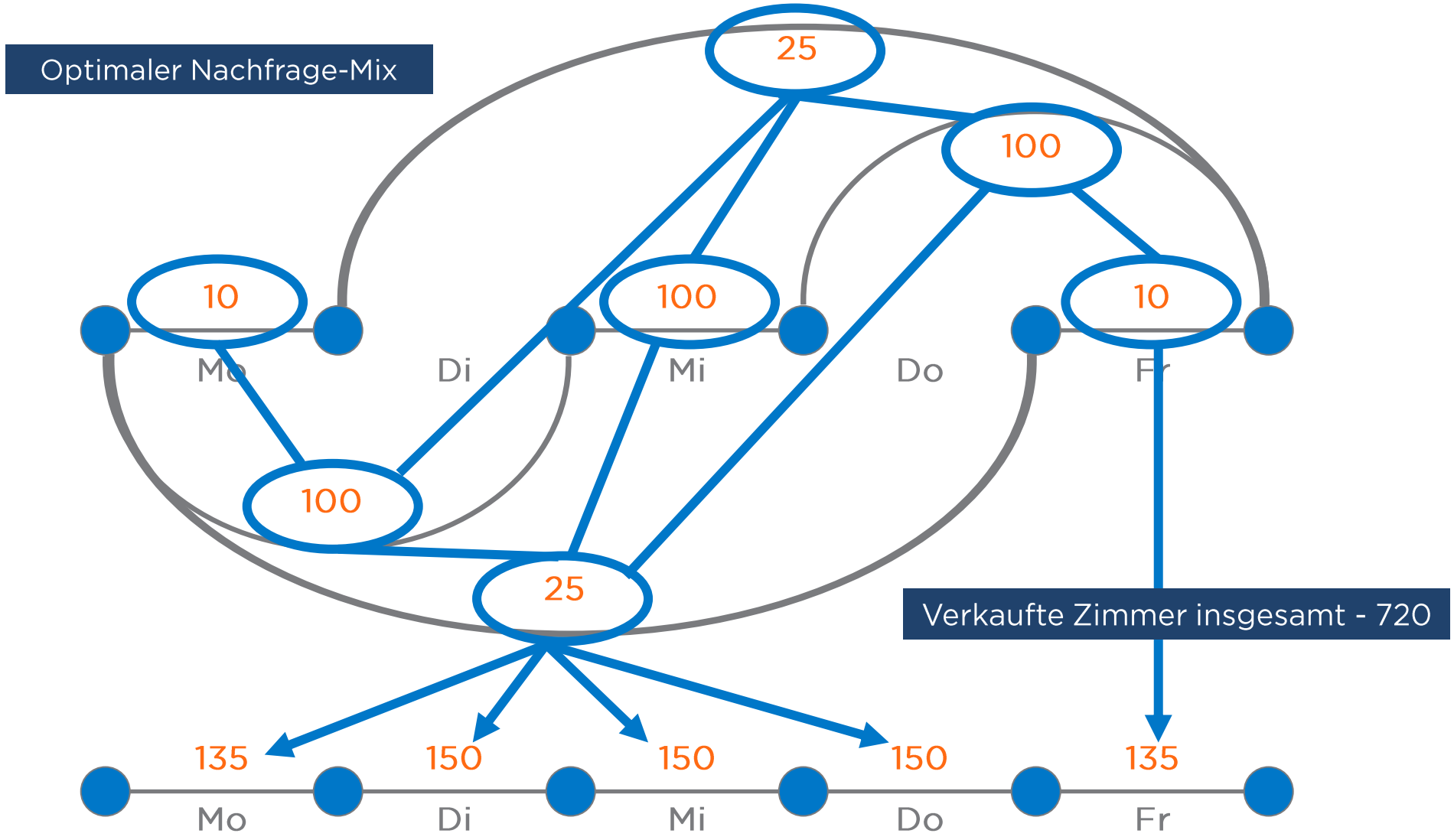


Verkaufte Zimmer insgesamt - 620

INVENTORY MANAGEMENT

DER WEG ZUM OPTIMALEN MIX

Hotelkapazität = 150 Zimmer



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

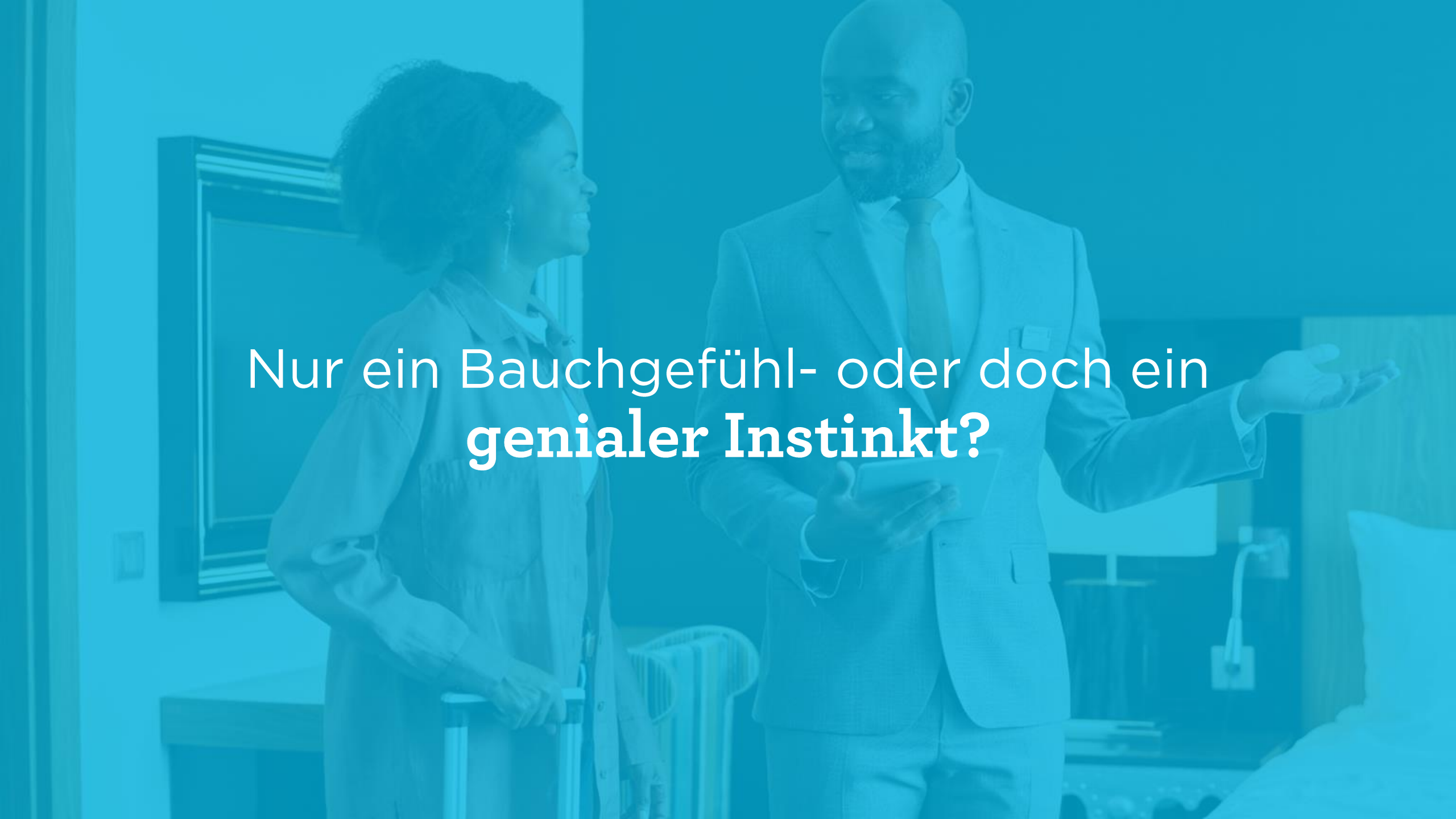
- Höherwertige Buchungen in Zeiten eingeschränkter Nachfrage priorisieren
- Belegung von Schulternächten steigern

Überbuchung

- Strategische Upgrade-Pfade

Umsatz ankurbeln

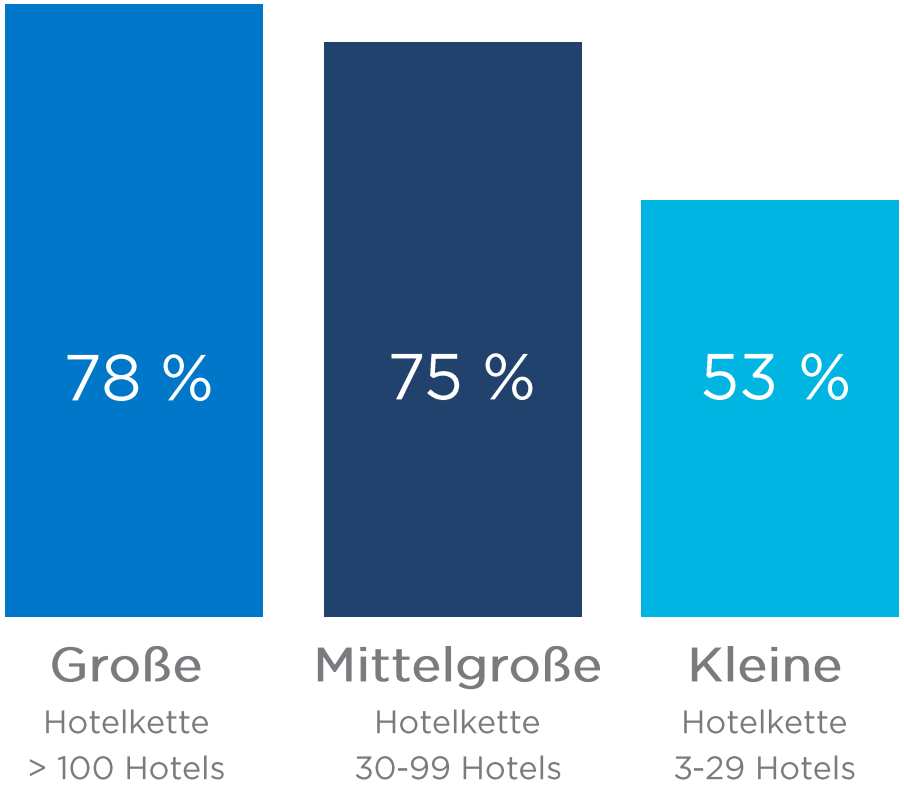
Mit RMS-Technologie zum Erfolg


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.

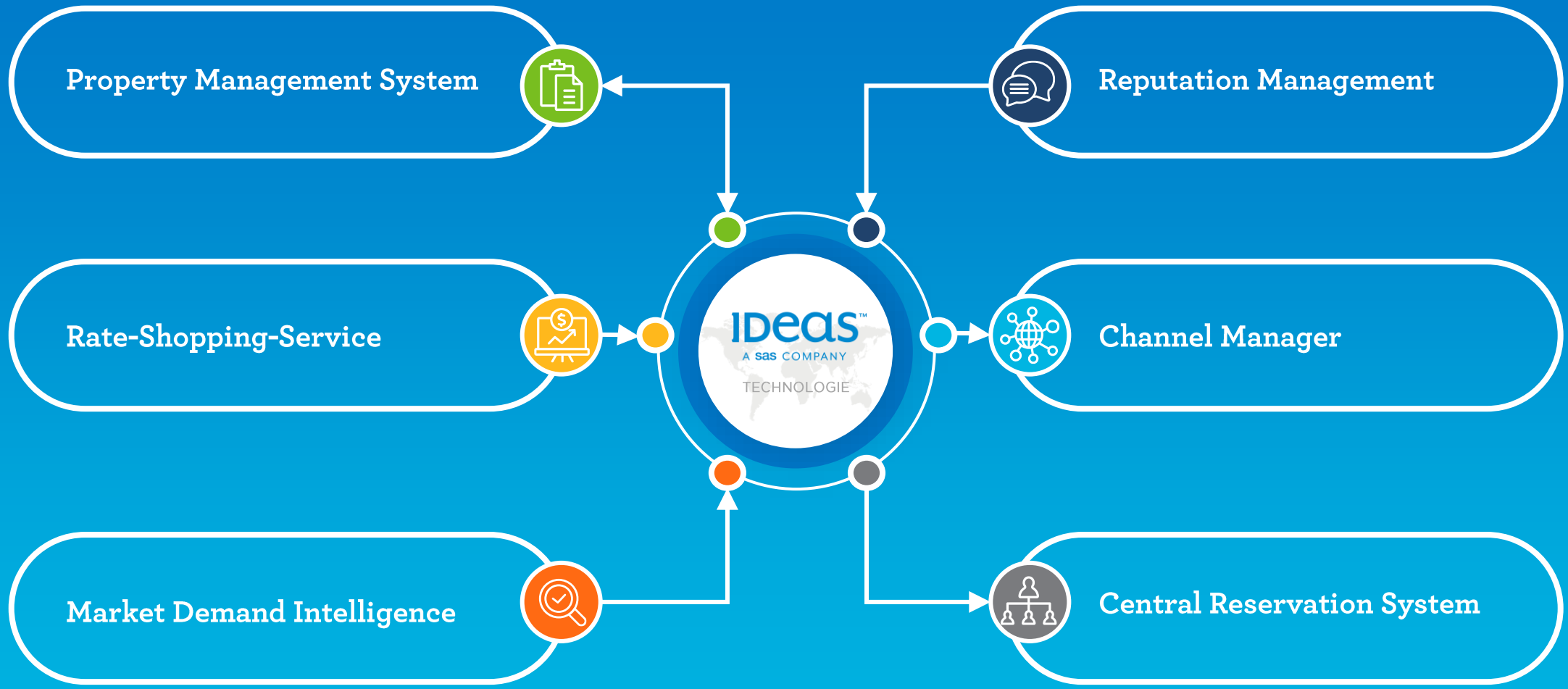
Sie erstellen Preisempfehlungen und Restriktionen, die sich an Marktveränderungen anpassen.

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.

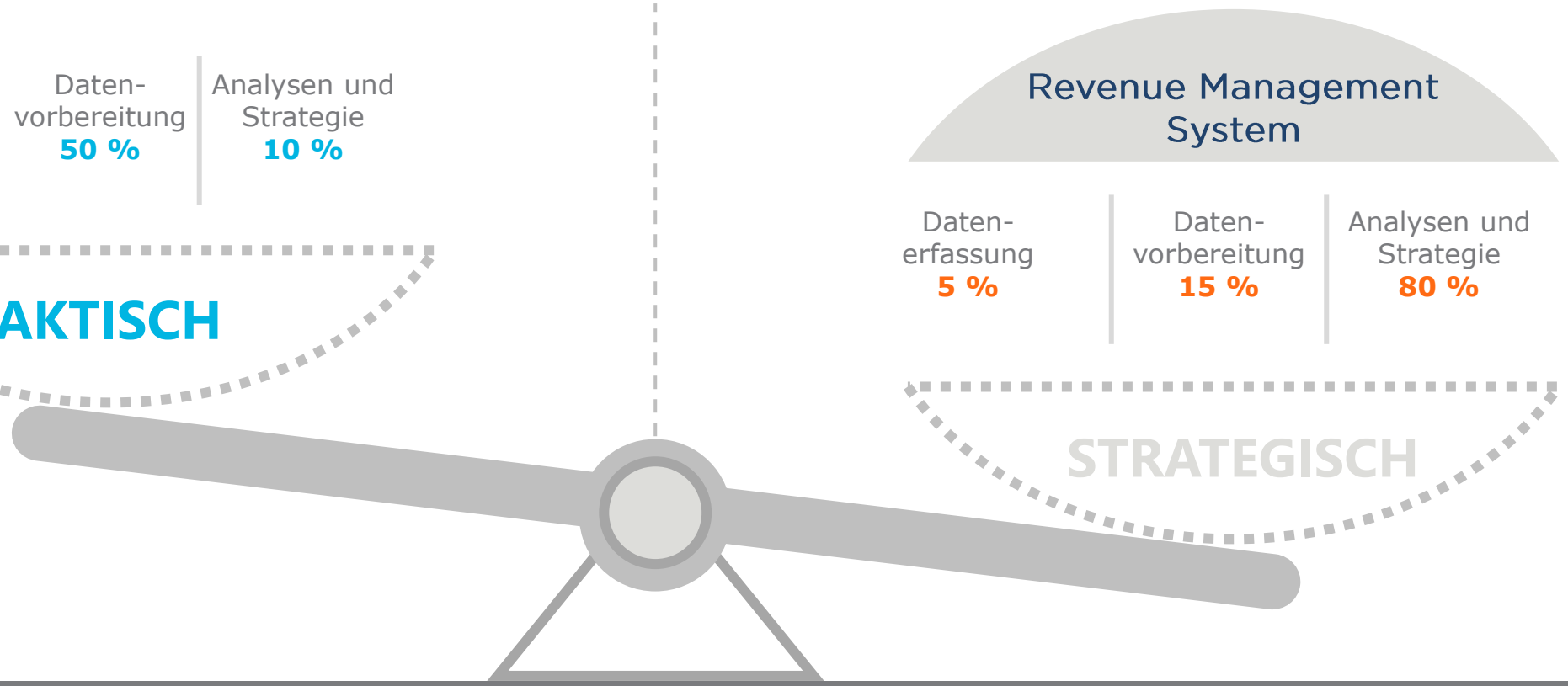
WERDEN TECHNOLOGIEN DEN MENSCHEN ERSETZEN?

RM-TECHNOLOGIE

OPTIMIERE GEZIELT DIE STELLSCHRAUBEN DEINER STRATEGIE

Daten-erfassung	Daten-vorbereitung	Analysen und Strategie
40 %	**50 %**	**10 %**

TAKTISCH



Revenue Management System

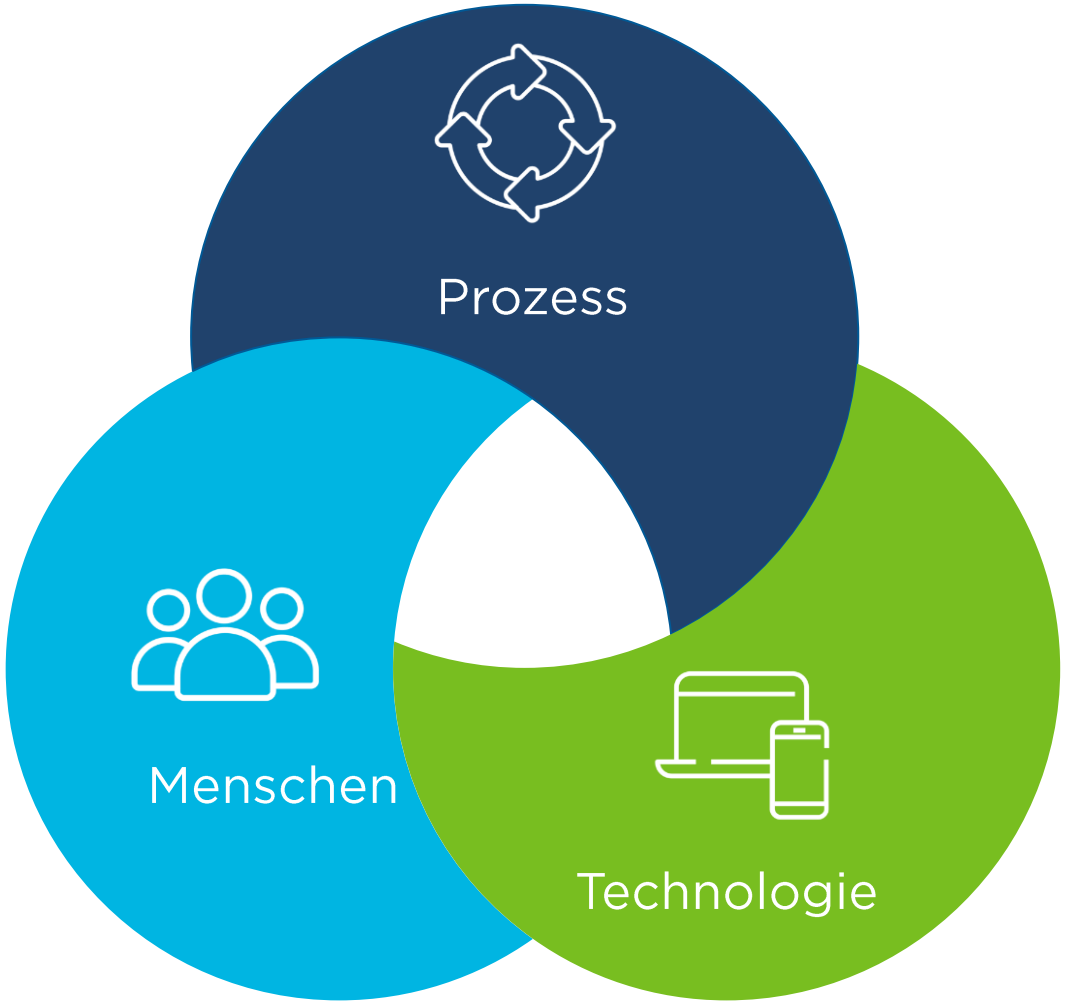
Daten-erfassung	Daten-vorbereitung	Analysen und Strategie
5 %	**15 %**	**80 %**

STRATEGISCH

Fokus auf Produktivität

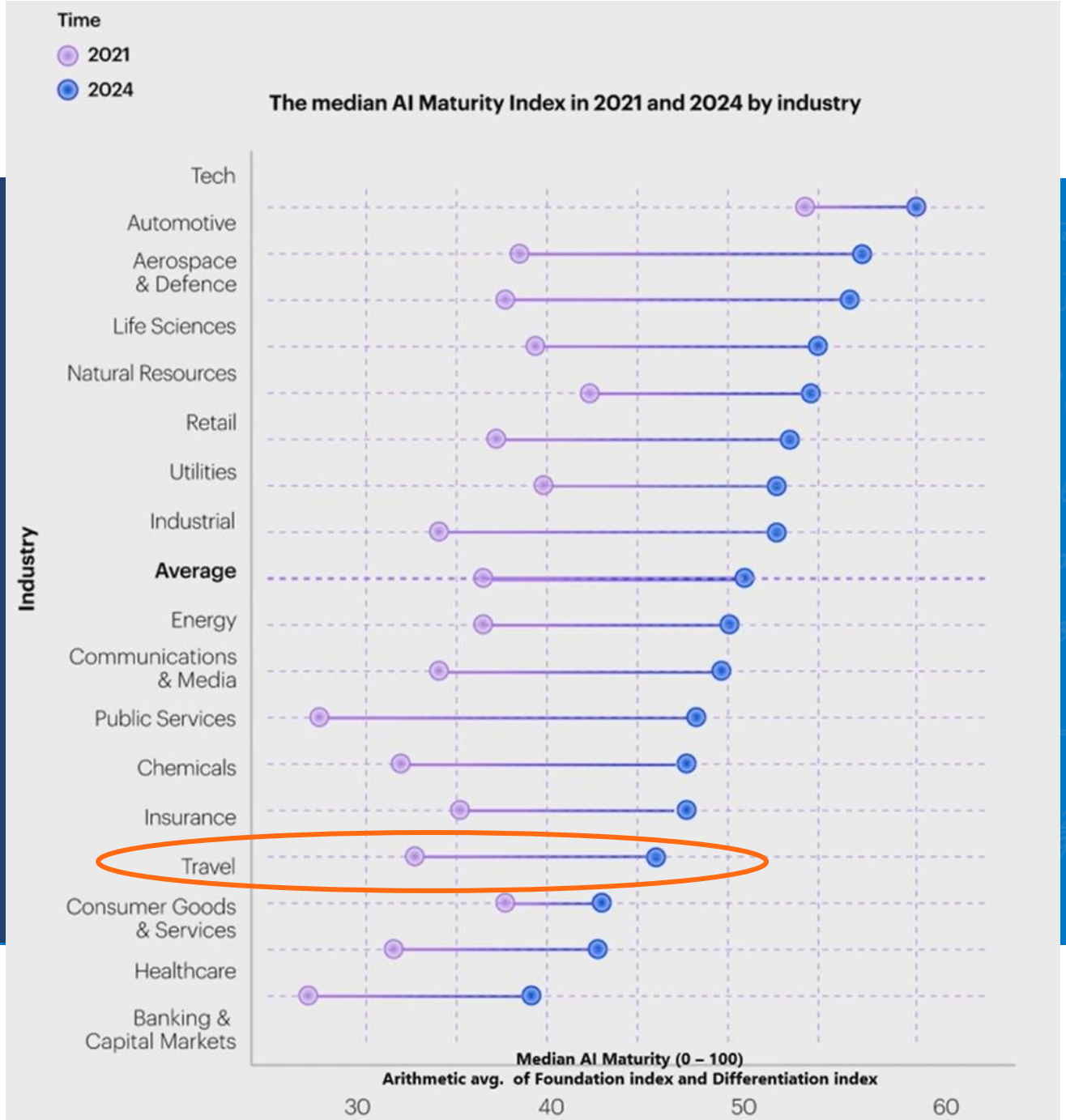
RM-KULTUR

PERFORMANCE VORANTREIBEN FÜR DEINEN ERFOLG



KI WÄCHST WEITERHIN RASANT

Reifegrade der KI nach Branche 2021 und 2024



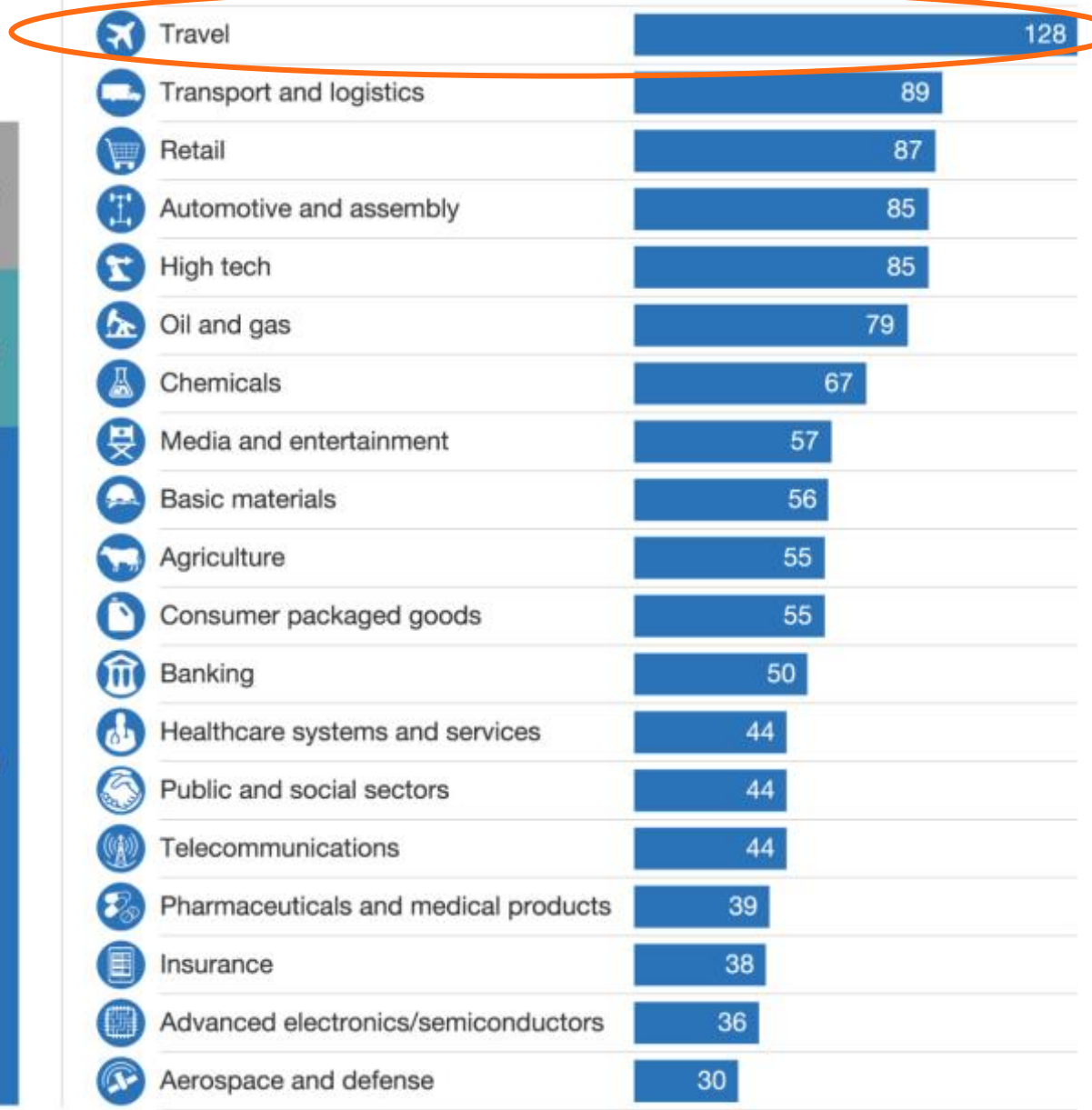
[The Art of AI Maturity | Accenture]

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, %

Potential incremental value from AI over other analytics techniques, %



McKinsey&Company | **Source:** McKinsey Global Institute analysis

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:

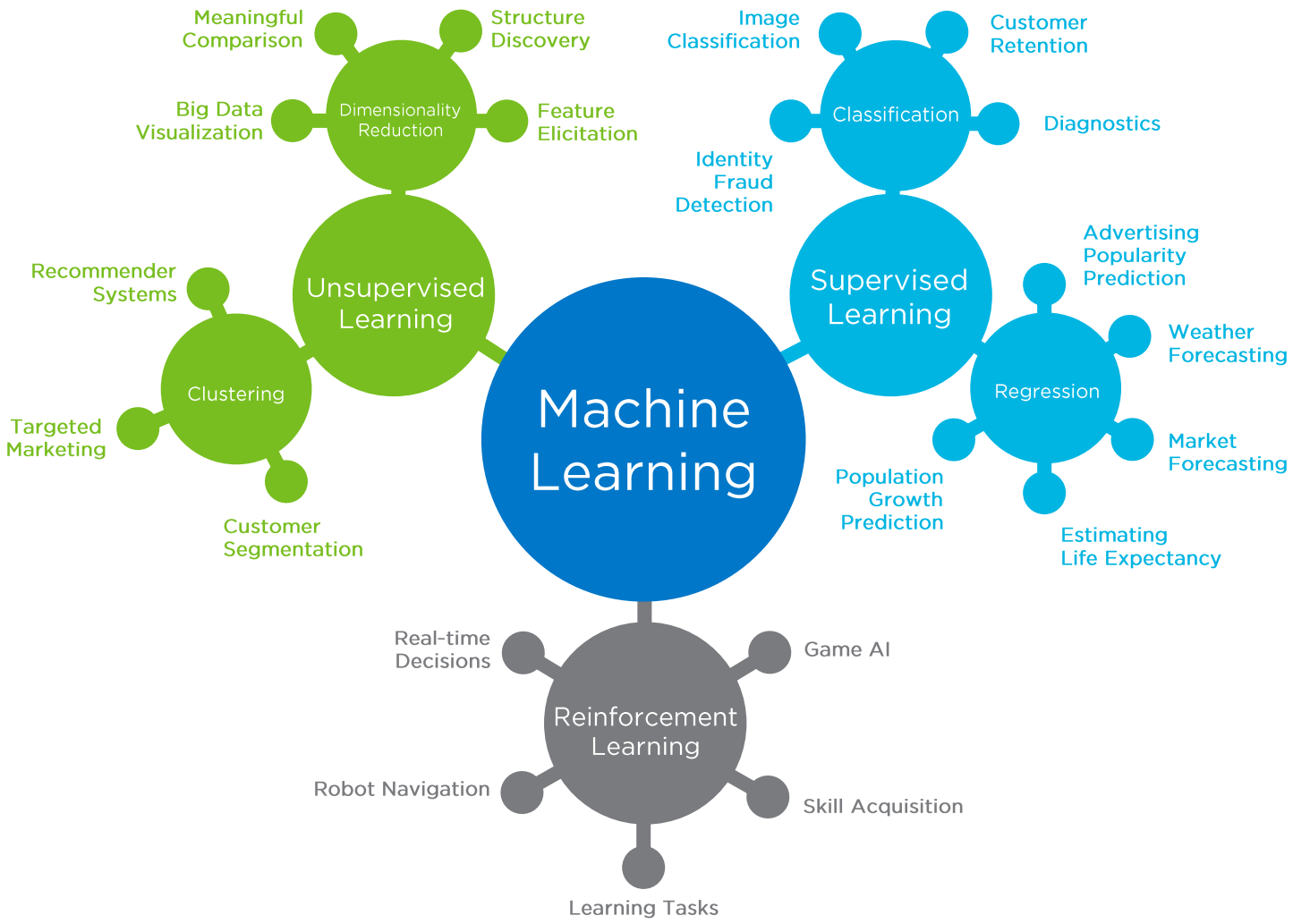
By Its Own Estimations ‘Yes’ But Not Complex Problems

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

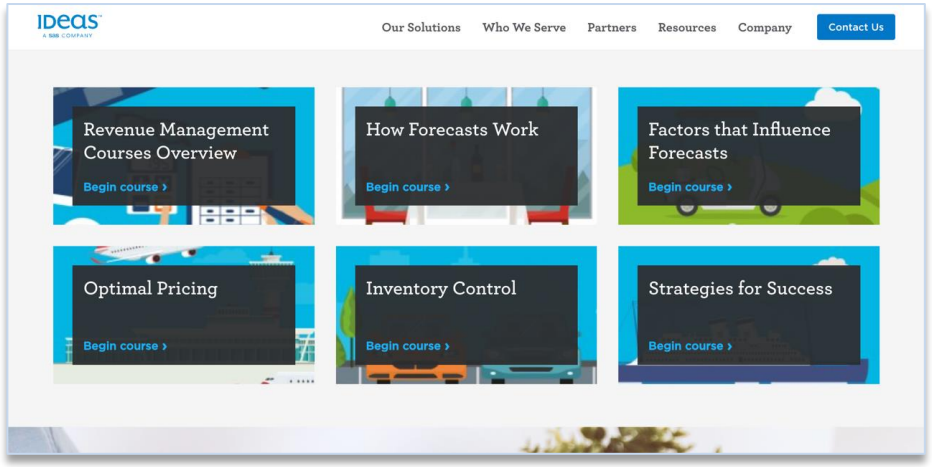
MARKT

GÄSTE
SAISONABHÄNGIGKEIT
WICHTIGE WETTBEWERBER

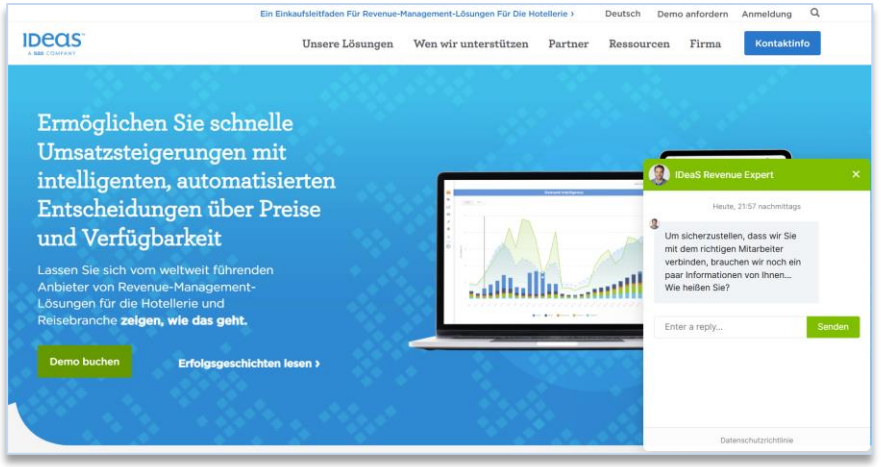
ZUSÄTZLICHE RESSOURCEN

WIR BESCHREITEN DIESEN WEG GEMEINSAM

Revenue-Management-Grundlagenkurse auf ideas.com



Buchen Sie ein Meeting mit einem RMS-Experten



Q&A

IDeaS™
A SAS COMPANY

IDeaS.com

© Integrated Decisions & Systems, Inc. (IDeaS – A SAS COMPANY) – Alle Rechte vorbehalten. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.