

HINTERHUBER & PARTNERS
Strategy | Pricing | Leadership

1 GIORNO FULL IMMERSION

INCLUSIVO DI UN REVENUE
MANAGEMENT TOOL

REVENUE MANAGEMENT DEL SETTORE ALBERGHIERO

PREVISIONE DELLA DOMANDA • BASI DI REVENUE MANAGEMENT • STRATEGIE DI PRICING

Obiettivo del corso: dotare gli albergatori di strutture indipendenti e chi vi opera, delle conoscenze fondamentali di Revenue Management e delle strategie chiave implementabili subito, al fine di aumentare la redditività aziendale

Cosa si apprende in questo seminario

Revenue Management

- » Apprendere le basi di RM e approcciarlo in maniera strutturata
- » Come implementare il RM nel proprio hotel
- » Gestire la disponibilità in base a redditività e lunghezza di permanenza

Demand Forecasting

- » Massimizzare il ricavo con un software semplice e intuitivo
- » Utilizzare le prenotazioni passate per prevedere la domanda
- » Allocare le stanze disponibili ai segmenti più proficui

Segmentazione

- » Segmentare in modo efficace la clientela
- » Aumentare il conto medio dei clienti (anche per hotel con ristorante)
- » Differenziare l'offerta per non cannibalizzare le vendite

Pricing

- » Comprendere gli elementi psicologici del pricing per aumentare la redditività
- » Applicare semplici regole al menù per aumentare lo scontrino medio del ristorante
- » Implementare le giuste tariffe in base a stagionalità e lunghezza di permanenza



AUMENTA
IL REVPAR



IMPLEMENTA SUBITO
QUANTO APPRESO



INTERAGISCI CON
SPEAKERS ESPERTI



SODDISFAZIONE
GARANTITA

I seminari si terranno nelle seguenti date e luoghi:

- PADOVA** – Sabato 19 Dicembre 2015 – Villa Ottoboni ****
- MILANO** – Lunedì 21 Dicembre 2015 – Best Western Hotel Galles ****
- BOLZANO** – Sabato 9 Gennaio 2016 – Parkhotel Laurin ****
- FIRENZE** – Sabato 15 Gennaio 2016 – Grand Hotel Adriatico ****
- RIMINI** – Sabato 23 Gennaio 2016 – Hotel Villa Rosa Riviera ****

SPEAKERS E RELATORI

HINTERHUBER & PARTNERS
Strategy | Pricing | Leadership



Gianni Di Fedè

Direttore di Revenue Management Italia presso NH Hotel Group
PhD in Scienze del Turismo, esperienza pluriennale per catene alberghiere tra cui Starwood e NH Hotel Group. Focus professionale su revenue management e ottimizzazione delle vendite.

„Il revenue management permette di trasformare dati complessi e distribuiti nel tempo, in decisioni chiare e immediate.“



Edoardo Caldari

Revenue Manager presso Hotel Marco Polo
Esperto in revenue management, di cui è responsabile per 4 hotel di piccole-medie dimensioni. Redattore di gestionehotel.guru dove punta alla condivisione delle idee per l'innovazione incrementale delle aziende turistiche.

„Il Revenue Management alberghiero è la via maestra da seguire per mantenere performance elevate in un mercato molto competitivo come quello alberghiero.“



Matthias Trenkwald

Co-Founder di RateBoard
Esperienza nel settore turistico per più di 10 anni, dove ha ottenuto un aumento del 25% di fatturato. Cofondatore di RateBoard: società che si occupa di demand forecasting e revenue management. Il fatturato alberghiero aumenta fino al 30%, entro due anni dall'implementazione del tool dell'azienda.

„I dati sono il petrolio del 21° secolo. Il tool predittivo di RateBoard è il motore che permette di sfruttarli nel settore turistico.“



RATEBOARD

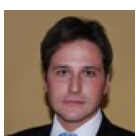


Andreas Hinterhuber

Partner presso HINTERHUBER & PARTNERS
Visiting Professor presso l'Università USI di Lugano (Svizzera), l'Università di Bolzano, l'Università Bocconi e l'Università di Tsinghua (Pechino). Ha pubblicato numerosi articoli ed è redattore di libri di pricing e strategia. La Business Strategy Review, rivista di strategia pubblicata dalla London Business School, elenca Andreas Hinterhuber tra i più eminenti leader di pensiero nell'ambito del pricing.

„Il pricing è la leva più diretta per influenzare positivamente la redditività aziendale.“

HINTERHUBER & PARTNERS
Strategy | Pricing | Leadership



Evandro Pollono

Managing Director presso HINTERHUBER & PARTNERS
Visiting Lecturer presso la Alcalá University (Madrid, Spagna) e speaker presso l'Università degli Studi di Torino, nell'ambito della strategia di mercato e imprenditoria. È co-autore di articoli e capitoli in libri di pricing.

„Con semplici nozioni di pricing unite a tool automatizzati, è possibile facilitare in poco tempo il processo decisionale di ogni gestore di strutture alberghiere.“

HINTERHUBER & PARTNERS
Strategy | Pricing | Leadership

PROGRAMMA

Mattino

- » Basi di Revenue Management
- » Terminologia e indicatori di performance
- » Segmentazione
- » Benchmarking
- » La previsione della domanda

Pomeriggio

- » Implementazione pratica del Revenue Management
- » Tool automatizzato di tariffazione e previsione
- » Canali di distribuzione, OTA, Rate parity
- » Pricing psicologico, tariffe del menù, tattiche di pricing
- » Piano personale di implementazione

A CHI È RIVOLTO IL SEMINARIO:

- » Proprietario di albergo
- » Direttore di albergo
- » Responsabile marketing e vendite
- » Responsabile front-desk e prenotazioni
- » Concierge
- » Futuri revenue manager

COSTO PER PARTECIPANTE

€895*

*A partire dal secondo partecipante si applica uno sconto del 15% sul totale.

REGISTRAZIONE

REGISTRAZIONE Per registrarsi è sufficiente inviare una e-mail con la città richiesta, ragione sociale e numero di partecipanti a evandro.pollono@hinterhuber.com. È previsto uno sconto del 15% sul totale a partire dal secondo partecipante (medesimo indirizzo di fatturazione). Si riceverà una conferma in base alla disponibilità di posti.

In alternativa si può utilizzare [EventBrite](#), in caso di singolo partecipante.

Ci impegniamo per rendere l'evento il più interattivo possibile, pertanto cerchiamo di limitare il numero di partecipanti a circa 15 per ogni corso. La quota di partecipazione per il seminario di un giorno è all-inclusive, comprendente il materiale e pasti, per € 895 + IVA a partecipante. In base alle nostre conoscenze, la quota di partecipazione è esente IVA per le società Italiane, in quanto operazione intracomunitaria erogata da Hinterhuber & Partners GmbH con sede a Innsbruck (Austria). La società si riserva il diritto di cancellare una o più date rifondendo per intero il costo di partecipazione.

Il tool predittivo in tempo reale è creato da [RateBoard.info](#). La versione distribuita durante il seminario è fatta ad-hoc per la Hinterhuber & Partners e fornisce sia indicazioni di forecast sia analitiche di performance, al fine di aumentare il ricavo della struttura ricettiva. Il tool preleva dati storici dal PMS (Property Management System). In caso di mancanza di PMS o PMS non collegabile, si possono ricevere indicazioni statisticamente attendibili dopo 6 mesi di raccolta dati. La performance attesa, a seguito dell'utilizzo del tool, è un aumento del ricavo che va dal 3 al 30% entro il secondo anno. Sono possibili integrazioni a pagamento per panoramiche più complete da parte di RateBoard. Il tool è da intendersi ad uso dei partecipanti e non distribuibile a persone terze non autorizzate.