

CORSO in HOTEL REVENUE MANAGEMENT

16-18 Febbraio 2017 - Roma



L'ANALISI DEI DATI NEL REVENUE MANAGEMENT – Ilario Fulvio Giannetti

- Classificazione dei dati nell' hospitality industry: Big data e Small data
- Principali fonti e tools per la raccolta dati
- Differenza tra dati strutturati e non strutturati
- Introduzione alla statistica descrittiva
- Gli indicatori di performance aziendale: come si costruiscono
- Introduzione all' utilizzo di excel per la statistica – esercizi
- Esempi pratici dei principali reports di analisi per Sito Web, OTA, Concorrenza, Social Media...
- Simulazione comparatore in excel per l'analisi della concorrenza
- Introduzione al data mining e all' analisi esplorativa per l' analisi della reputazione e dei social media
- Introduzione alle tecniche per scoprire i modelli su un set di dati di grandi dimensioni
- Cenni di tecniche di data mining
- Alberi di decisione
- Teoria dei graphi per i social media
- Metodi Baynesiani (regressione, probabilità)
- Tools alternativi ad excel per l' analisi.
- Esercizio con excel di data mining con dati reali
- Introduzione alla statistica inferenziale e predittiva
- Forecast della domanda
- Comprendere i Clienti
- Migliorare le Performance del Business
- Migliorare le decisioni strategiche
- Utilizzare i dati per personalizzare l'offerta in base ai comportamenti attesi.
- Il reference price e i modelli matematici per la determinazione del prezzo
- Studio elementi psicologici/sociali nella determinazione del Reference Price
- Analisi della concorrenza attraverso la teoria dei giochi
- Introduzione al Machine learning per la determinazione del prezzo di vendita
- I modelli più utilizzati dai Revenue Management System per determinazione del prezzo di vendita ottimale
- Esercizio con excel: costruire un piccolo algoritmo per ottimizzare i prezzi di vendita di un hotel
- Esercizio finale, simulazione attiva di un hotel.



REVENUE MANAGEMENT STRATEGICO – Alessandro Pavan

- Strategia tariffaria di un hotel tra internet ed e-commerce
- I due volti principali della tariffa dinamica: bottom rate e rack rate
- Rack rate: cos'è e come individuarla
- Bottom rate: cos'è e come individuarla
- La Bottom Rate tra Costpar e Revpar
- Come calcolare la bottom rate: dato storico ed equilibrio tariffario tra i canali di vendita dell'hotel - Case history ed esempio pratico
- Una corretta struttura tariffaria di partenza: Case history ed esempio pratico



REVENUE MANAGEMENT STRATEGICO – Marco Cardillo

- I 5 passi per attuare una politica di revenue
- Segmentazione del mercato e della domanda
- Raccolta delle informazioni
- Stato attuale (business on the book) per KPI per segment per giorno
- Inventory management
- Storia passata (Actual) per KPI per segmento per giorno
- Eventi della comunità (market intelligence)
- Concorrenza (benchmarking e rate shopping)
- Analisi della domanda
- backwards demand analysis e forward demand analysis
- Curva della domanda per segmento (per day of week, per stagionalità)
- Analisi della elasticità per segmento (price sensitivity)
- Curva delle cancellazioni per segmento
- Analisi del lost business (regrets e denials) per segmento
- Il Forecast
- Unconstained forecast
- Costrained forecast
- Yielding capacity: inventario camere alla vendita sulle quali fare azioni di yield
- L'ottimizzazione
- Controlli di prezzo della tariffa pubblica
- Controllo di prezzo della tariffa pubblica tramite restrizioni di vendita o di durata sulle categorie di camera
- Controllo di prezzo di tariffe pubbliche prepagate tramite restrizioni di vendita o di durata
- Controlli di prezzo delle tariffe non pubbliche tramite restrizioni di vendita o di durata
- Restrizioni di vendita o di durata per segmento
- Nesting per segmento