



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN HOTELES REVENUE II

27 de Octubre de 2015



TEMARIO Y CONTENIDOS DEL CURSO

REQUERIMIENTOS PREVIOS AL INICIO DEL CURSO

Para garantizar una personalización máxima a la hora de llevar a cabo las jornadas formativas en formato presencial, se debe analizar la posibilidad de que cada alumno participante aporte el listado de reservas exportado desde su propio hotel, así como un ordenador con Excel instalado.

Los requisitos para la exportación del archivo deben ser, como mínimo, los siguientes:

- Listado de reservas desde el 1/enero/2014 hasta 31/diciembre/2015 en formato Excel.
- Campos que deben exportarse por línea de reserva:
 - o Fecha de creación de reserva, fecha de entrada y fecha de salida.
 - o Agencia Intermediaria, Agrupación de Agencias (TTOO, OTA, etc) y Motivación del Viaje.
 - o Nacionalidad y Edad del huésped principal.
 - o Personas alojadas, número de noches y valoración de la reserva.

Se facilitará a los alumnos, antes del inicio de las jornadas formativas, un vídeo tutorial explicando los posibles procedimientos para la exportación de esos datos.

PARA AQUELLOS ALUMNOS QUE NO TENGAN ACCESO A ESOS DATOS, O QUE NO PUEDAN DISPONER DE LOS MISMOS, SE LES FACILITARÁ UN LISTADO DE RESERVAS GENÉRICO SOBRE EL QUE TRABAJAR DESDE SU PROPIO ORDENADOR.

PRIMERA PARTE DEL CURSO: 1.5 HORAS

En primer lugar se revisará el listado de reservas disponible de cada alumno, y se facilitará uno genérico a aquellos que no lo aporten, para trabajarlo desde su propio equipo informático.

En esta fase, y de forma conjunta, se revisarán todos los campos disponibles y, adicionalmente, se generarán las fórmulas para la creación de nuevas variables, de tal forma que podamos disponer de una base de datos lo suficientemente segmentada como para poder analizar desde multitud de dimensiones los resultados de cada hotel.

EL OBJETIVO ES DEJAR PREPARADA UNA BASE DE DATOS SEGMENTADA PARA EXPLOTACIÓN



SEGUNDA PARTE DEL CURSO: 1.5 HORAS

En esta parte del curso, formaremos al alumno en la creación de Tablas Dinámicas, configuración y dimensiones de filtros, diseño y formato de datos, creación de Gráficos Dinámicos, así como escenarios de presentación de resultados.

EL OBJETIVO ES PREPARAR AL ALUMNO PARA EL USO Y CONFIGURACIÓN DE TABLAS DINÁMICAS

TERCERA PARTE DEL CURSO: 2 HORAS

Una vez el alumno dispone de sus propios datos (o los genéricos) preparados, y tiene los conocimientos para configurar Tablas Dinámicas, la tercera parte del curso se centra en crear diferentes Dimensiones y Escenarios sobre las reservas históricas (ya alojadas), de tal forma que puedan detectar oportunidades de mejora de cara a las estrategias futuras, conocer con precisión el comportamiento de compra de los clientes, canales de compra preferidos, anticipación de la reserva por canal, tipo de pensión alimenticia, rango de edad y nacionalidad, etc.

EL OBJETIVO ES QUE EL ALUMNO CONOZCA CON TODO DETALLE CÓMO SE COMPORTA LA DEMANDA EN SU HOTEL, PARA PODER DISEÑAR ESTRATEGIAS FUTURAS CON ÉXITO

CUARTA PARTE DEL CURSO: 2 HORAS

En esta parte final de la formación, y una vez hemos preparado al alumno para que pueda conocer con precisión las características de compra de sus clientes, en función de las reservas históricas, orientamos la definición y escenarios de análisis a estrategias futuras, tanto a nivel de pricing como de eMarketing.

Por un lado, analizaremos qué potencial de compra, en función de la anticipación de reserva de los clientes y del precio pagado históricamente, existe en el hotel a corto, medio y largo plazo.

Sobre esos resultados, buscaremos los perfiles de clientes asociados a esas compras potenciales (rango de edad, nacionalidad, motivación de viaje, etc), y con esta segmentación bien definida, podremos preparar campañas orientadas a aquellos perfiles con mayor probabilidad de compra.

Finalmente se crearán Campañas en Facebook y Google Adwords adaptadas a las necesidades detectadas por cada alumno, en función de los resultados arrojados por su propio listado de reservas.

EL OBJETIVO ES QUE EL ALUMNO PUEDA CREAR Y ORIENTAR CAMPAÑAS DE MARKETING ONLINE, BUSCANDO UN RETORNO DE LA INVERSIÓN ÓPTIMO



QUINTA PARTE DEL CURSO: 1 HORA

En esta última parte del curso se introducirá al alumno al Control de Gestión Hotelera, para que asimile la necesidad de conocer con precisión el comportamiento económico de cada cliente alojado, en función de la pensión alimenticia y canal intermediario, no sólo por la compra y uso de la habitación, sino por su influencia en el resto de departamentos existentes en el hotel.

Se presenta un modelo implantado en un Hotel Ficticio, recorriendo las diferentes secciones de análisis y configuración, para posteriormente, analizar los resultados económicos obtenidos, el coste total de cada una de las pensiones alimenticias alojadas, la rentabilidad generada en otros departamentos en función de cada pensión alimenticia alojada, y el análisis global del rendimiento económico obtenido por pax, en función de cada pensión alimenticia y canal intermediario, en la cuenta de resultados global del hotel.

Herramienta imprescindible para poder calcular el suplemento exacto a aplicar en función de cada pensión alimenticia, garantizando una paridad de rentabilidad económica del hotel.

EL OBJETIVO ES QUE EL ALUMNO COMPRENDA CÓMO AFECTAN LAS DECISIONES COMERCIALES A LA CUENTA DE RESULTADOS DEL HOTEL, NO TANTO A NIVEL DE PRECIO MEDIO DE VENTA POR PAX O HABITACIÓN, SINO DE RENTABILIDAD MEDIA NETA OBTENIDA