

Solo il 15% delle strutture ricettive di tutto il mondo utilizza il revenue management

notizia pubblicata **24 Gennaio 2020** alle ore **10:21** nella categoria **Turismo**



Nell'attuale era digitale sembra incredibile che solo il 15% delle strutture ricettive di tutto il mondo utilizzi gli strumenti e le soluzioni per il revenue management, sebbene siano disponibili da oltre 30 anni. A partire da questo dato sconcertante, Expedia ha chiesto a Phocuswright di condurre uno studio internazionale sullo stato del revenue management per hotel dal punto di vista dei revenue manager e i risultati si sono rivelati significativi.

La diffusione di Internet, delle adv online e degli aggregatori di viaggi ha causato una trasparenza dei prezzi che ha reso quasi impossibile svolgere le funzioni principali dei revenue manager: gestire l'inventario delle camere e modificare i prezzi al momento giusto per aumentare il fatturato.

A causa della grande quantità di dati dei vari canali di distribuzione, i revenue manager sono costretti a trascorrere il 50% del loro tempo a raccogliere informazioni, per cui hanno poco tempo per analizzare dati e prendere decisioni che con cui creare strategie di revenue management efficaci.

Il problema riguarda le strutture più grandi e le catene alberghiere. Secondo lo studio, sebbene la maggior parte delle grandi catene alberghiere e delle società di gestione abbia accesso alle tecnologie di revenue management, molti revenue manager delle singole strutture ignorano i consigli del sistema, perché si fidano di più della propria esperienza o perché hanno poca fiducia nelle soluzioni di RM proposte dal brand.

Secondo molti revenue manager 'mancano informazioni importanti', come il tipo di prenotazione (solo

camera o anche spazio per eventi) o se la categoria dell'ospite nel programma fedeltà è rilevante per il processo. E non è tutto.

La crescente popolarità degli affitti a breve termine per le vacanze e delle sistemazioni alternative (che non possono più considerarsi tali) ha aggiunto ulteriore complessità, per cui i revenue manager devono riconsiderare le loro tariffe e le loro previsioni. In base ai risultati dello studio, i revenue manager tendono a chiedersi: "In un mercato così fluido, come possiamo stabilire la posizione della nostra struttura? Quali sono i nostri concorrenti?"

1. Meno tecnologia e più funzioni per il revenue management

I partecipanti allo studio concordano su un punto: è necessario che tutto il settore prenda delle misure per creare standard di informazioni e architetture aperte che favoriscano l'adozione delle tecnologie per il revenue management. Tuttavia, la fiducia di poche strutture nella tecnologia per il revenue management non consente di estendere il progresso all'intero settore.

2. Il ruolo degli intermediari di viaggio nel colmare le lacune informative

Ora che i consumatori acquistano soprattutto online, gli intermediari di viaggio devono fornire sempre più informazioni che non sono disponibili altrove, come dati sulle tendenze di acquisto o sulla domanda di destinazioni. Infatti, se si osserva come funziona il revenue management attuale per un hotel, si vedrà che tende a focalizzarsi sulla domanda di camere e spazi per eventi a livello di struttura. L'evoluzione del panorama della distribuzione offre agli intermediari di viaggio nuove informazioni importanti, come i dati sulla domanda di destinazioni, attributi di risposta ai prezzi, tassi di conversione e dati in tempo reale sulla concorrenza.

3. Una storia positiva: gli esseri umani e l'intelligenza artificiale stanno collaborando

Il vero progresso della tecnologia per il revenue management sta nella capacità dell'apprendimento automatico di aggregare e analizzare dati, per offrire consigli chiari e utili, che permettano agli utenti di capire i risultati delle loro azioni. In altre parole, i revenue manager apprezzano i consigli ricevuti in un formato narrativo semplice.

Con nuove opportunità all'orizzonte di un panorama competitivo, è ora che le migliori menti del settore si uniscano per costruire una nuova piattaforma di collaborazione per il revenue management per hotel.

"In Expedia Group vogliamo dare a tutti l'accesso alla tecnologia di revenue management e aiutare i nostri partner ad aumentare il loro fatturato. Tuttavia, non possiamo riuscirci da soli. Personalmente, vorrei sapere se c'è la possibilità di far collaborare i nostri team per adottare gli stessi processi di revenue management in tutte le strutture, indipendentemente dalla loro posizione e dimensione. Sono convinto che, insieme, possiamo farcela", ha detto Vivek Bhogaraju, Direttore di Revenue Management Platform Solutions presso Expedia Group.

www.joineg.com/RMwhitepaperEG2019