

Channel Performance: IDeaS G3 RMS

FÜR EINE PERFEKTE VERTRIEBSSTRATEGIE

Eine reibungslose, proaktive Distributionsstrategie ist entscheidend für Ihr Hotel. Wie Sie Ihre verfügbaren Zimmer vertreiben, muss sorgfältig und regelmäßig analysiert werden, wobei das Ziel stets in einer Maximierung Ihres Gewinns besteht. Eine funktionierende Vertriebsstrategie beginnt mit dem richtigen Instrumentarium, das Sie diesem Ziel näher bringt.

IDeaS bietet Hotels die Möglichkeit, Kosten für Vertriebskanäle und Geschäftsquellen zu verfolgen und zu kontrollieren, um die Rentabilität sowohl des direkten als auch des Drittkundengeschäfts besser verstehen zu können. Das IDeaS G3 Revenue Management System (RMS) nutzt leistungsstarke Marktforschungsdaten, um Analysen zu erstellen, die eine optimale Preisgestaltung und Kapazitätssteuerung nach Zimmertyp ermöglichen, die nicht nur auf den Hoteldaten basieren, sondern auch zukunftsgerichtete Marktdaten berücksichtigen.

STEIGERN SIE IHRE LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Die Kontrolle Ihrer Vertriebskanalkosten ist ebenso wichtig wie die Verwaltung der Preisgestaltung

Wichtige Vorteile

- ▶ Effiziente Überwachung und Verwaltung aller Vertriebskanäle und Geschäftsquellen in Echtzeit
- ▶ Optimale Umsätze und maximale Rentabilität auf allen Kanälen – beides ist erreichbar!
- ▶ Berichterstattung über die mit der Vertriebskanalleistung und den Kosten verbundenen Leistungsindikatoren (KPI)
- ▶ Messen Ihres Geschäftsmixes in einer komplexen, von zahlreichen Vertriebskanälen geprägten Buchungsumgebung

pro Kanal. Mit IDeaS G3 RMS und seinen Channel-Performance-Features bekommt Ihr Hotel beides gleich gut in den Griff. Das integrierte Business Insights-Dashboard bietet den Benutzern von IDeaS G3 RMS bisher unerreichte Einblicke in ihre Vertriebskanal- und Geschäftsquellendaten, was wiederum bessere Entscheidungen unter dem Aspekt der Gesamtrentabilität sowie ein besseres Verständnis der übergreifenden geschäftlichen Leistung ermöglicht.

Darüber hinaus können Sie Berichte zu wichtigen Kennzahlen in Verbindung mit Vertriebskanalleistung und -kosten erstellen, um deren Einfluss auf die Umsatzentwicklung und Rentabilität zu beurteilen.

Diese Kennzahlen, zu denen Netto-Zimmerertrag, Netto-ADR, Netto-RevPAR, Netto-Ratenwerte und mehr gehören, können dann für Zeiträume in der Vergangenheit und der Zukunft angezeigt werden. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für eine Steigerung der Vertriebskanalleistung und Ihres Ertragspotenzials – ganz zu schweigen davon, dass Sie sich zehn Jahre jünger (nein, weiser!) fühlen werden.

ENTWICKELN SIE IHRE KOMPLETTLÖSUNG

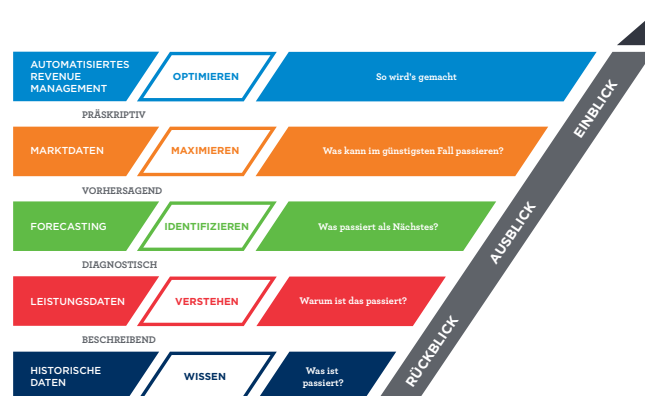
Die Verbesserung der Vertriebskanalleistung ist einer der fünf Kernbereiche, in denen ein ausgereiftes RMS Ihrem Hotel zu einer Optimierung seiner Gesamtrentabilität verhelfen kann.

- ▶ **Optimale Preisgestaltung:** Vielfältige Ansätze für die Zimmerpreisgestaltung lassen sich perfekt auf die Anforderungen Ihres Hotels und Marktes abstimmen.
- ▶ **Ausgereifte Verfügbarkeitskontrollen:** Durch die Steuerung nach Aufenthaltsdauer und Nachfrage pro Zimmertyp erzielen Sie Ihren optimalen Geschäftsmix.
- ▶ **Dynamische Überbuchung:** Umsatzoptimierung durch dynamische Überbuchungssteuerung nach Zimmertyp zum Ausgleich von Stornierungen und Nichtanreisen.
- ▶ **Marktdaten:** Zuverlässige, zukunftsgerichtete Daten dienen als Grundlage für ganzheitliche und genauere Prognosen zur Analyse von Marktdruck, Gästetypen und Marketing.
- ▶ **Vertriebskanalleistung:** Durch die Überwachung und Anzeige des Umsatzes auf der Basis der damit verbundenen Kosten lässt sich das Revenue Management besser auf die Gewinnziele ausrichten.

IDEaS bietet vielfältige flexible Steuerungselemente, Automatisierungsmechanismen und Einblicke, die Sie bei der Erfüllung Ihrer angestrebten Ertragsziele unterstützen. Mit den Channel-Performance-Funktionen in IDEaS G3 RMS werden Sie die Revenue Management-Leistung Ihres Hotels auf ein neues Niveau anheben und das Ziel der Gewinnoptimierung erreichen.



Business Insights umfasst Vertriebskanal- und Geschäftsquellendaten sowie die Anschaffungskosten für den Zimmerertrag, Nettoumsätze, Netto-ADR und Netto-RevPAR (durchschnittlicher Zimmerertrag) im Vergleich zum selben Zeitraum im Vorjahr.



Marktdaten (Market Intelligence) tragen zur Erwirtschaftung optimaler Ergebnisse für Hotels und ihre Revenue-Management-Strategien bei.

