

- 1** Analisi OnTheBook dei vari KPI, al variare del pickup.
- 2** Come impostare la corretta strategia tariffaria in funzione del pickup e della pressione della domanda suddiviso per sorgente e per camera.
- 3** Gestione delle restrizioni in funzione delle performance delle tipologie di camera.
- 4** Analisi Revenue, ADR e previsioni di vendita in base a eventi futuri a confronto con eventi passati. Quando e perché modificare le tariffe.
- 5** Come si utilizza il dato SameDayLastYear e quando agire per massimizzare il Revenue
- 6** Impostazione dei Budget, annuali, mensili e giornalieri. Confronto con il Budget degli anni precedenti. Quanto cresce il mio hotel e in funzione di quali parametri.
- 7** Come usare le “Source” (*sorgenti di prenotazioni o macro canali o market segment*) e come aumentarne le performance. Confronto Revenue suddiviso per source con confronto OTB CY, LY e SDLY. Confronto del Budget suddiviso per sorgenti.
- 8** Valutazione corretta delle tariffe del competitive set, in funzione dei propri obiettivi. Come si usa un Rate Shopper.
- 9** Come si analizza la pressione della domanda e come si agisce in tempo utile per massimizzare il Revenue.
- 10** Uso dei Grafici: quali sono quelli significativi in base al proprio hotel, per tenere sempre sotto controllo per giorno/mese/periodo le variazioni.

- 11** Come impostare gli Alert e a cosa servono.
- 12** Come e quando impostare la variazione automatica della tariffa, in base a date evento tenute sotto controllo, e perchè.
- 13** Utilizzo della Brand Reputation per valutazioni relative al pricing.
- 14** Come interpretare i dati statistici mese/periodo/anno delle singole Source o dell'hotel nel suo complesso per aumentare il Revenue.
- 15** Quali indici considerare per la creazione delle tariffe di partenza anno successivo, suddivisibili per: Source - Date Evento - Tipologia camera.
- 16** Creazione e gestione semplificata ed efficace di piani tariffari e camere in funzione delle esigenze tariffarie.
- 17** Sviluppo piani tariffari in funzione degli obiettivi economici ed esigenze tariffarie.
- 18** Gestione di upgrade e overbooking programmati e dei contingenti.
- 19** Statistiche: come interpretarle e come usarle per fare Forecast.
- 20** Invio tariffe da MyForecast al Channel manager, come funziona e cosa considerare.

MyForecast® è un marchio del gruppo Sicaniasc hospitality®