

## Il Revenue Management Alberghiero Come Aumentare Il Profitto Di Un Albergo

1060.242

Il mercato tradizionale e l'economia low cost stanno segnando il passo poiché entrambi hanno dei punti di debolezza: nell'economia tradizionale il prezzo troppo statico e in quella low cost l'errata considerazione della qualità che non permette di massimizzare le forchette tariffarie. La Revenue Economy non ha punti di debolezza: tariffazione dinamica con forchette tariffarie molto ampie e qualità sempre altissima si sposano con il corretto utilizzo delle piattaforme on line e dei portali al fine di massimizzare i profitti minimizzando gli sforzi. Nata e sviluppata negli alberghi, le sue applicazioni sono possibili a vari livelli in tutti i settori economici e commerciali e in questo libro il tutto viene ampiamente spiegato con esempi e casi di studio italiani e internazionali. Il perfetto manuale economico del nuovo millennio per chi ha voglia di osare e di cambiare.

Il volume si propone di offrire un supporto pratico e operativo all'organizzazione e alla gestione degli eventi di banqueting e catering, settori che richiedono capacità innovative, serietà, competenza e, oggi più che mai, un'estrema attenzione ai costi. Dopo un excursus dedicato all'evoluzione storica del banchetto, l'autore esamina nel dettaglio le attività di pianificazione, coordinamento, gestione e valutazione dell'attività di banqueting. Tutte le fasi previste per la realizzazione di un banchetto, dal primo incontro con il committente al resoconto economico dell'evento, sono descritte passo passo nella sezione finale attraverso lo studio di un caso aziendale. Banqueting Management si propone, oltre che agli operatori del settore, come testo integrativo e di approfondimento nei corsi di formazione, nei corsi postqualifica a indirizzo ristorativo delle scuole alberghiere e nei corsi di formazione relativi all'area professionalizzante dei bienni superiori.

La gestione dinamica dei prezzi di vendita ricopre un ruolo fondamentale per ogni attività ricettiva. Grazie a questo manuale otterrai gli strumenti necessari per costruire un sistema di gestione delle tariffe di vendita che ti permetterà di ottenere il massimo dall'attività uscendo per sempre dalla guerra al ribasso. L'obiettivo è quello di costruire una strategia cucita su misura attraverso la quale mantenere il controllo della struttura e ottenere il risultato che meriti. Il volume analizza i pilastri dell'attività extralberghiera (analisi del mercato, del cliente tipo, dei canali di distribuzione) per comprendere a pieno le dinamiche su cui si fonda il successo di ogni struttura con l'obiettivo finale di individuare il miglior prezzo di vendita possibile. I molti esercizi pratici ed esempi concreti ti permetteranno di trasformare dei concetti teorici in azioni facilmente applicabili alla tua struttura extralberghiera

366.57

La più completa e dettagliata esposizione di tutto quanto occorre sapere in tema di marketing del turismo. Il libro è indicato per imprenditori turistici, manager e personale di strutture alberghiere, ristorative, compagnie di trasporto, imprese fornitric

1060.210

Questo libro è adatto per ognuno che già è o che desidera diventare un Hotel Manager o Direttore di successo. Chiunque opera in un hotel, anche se non ha avuto un corso di formazione manageriale nel mondo alberghiero, come ad esempio: Food & Beverage, Revenue Management, Room Division Manager, Floor Supervisor e così via, troverà in quest'opera non solo aggiornamenti su argomenti importanti che riguardano il suo lavoro, ma anche sofisticate strategie su come riempire, per 365 giorni l'anno, il proprio albergo di ospiti. Le tecniche descritte in questo libro rivelano al Direttore d'albergo come dirigere e gestire la sua azienda ottimamente, come divenire la figura di punta responsabile dell'organizzazione, della gestione e del coordinamento di tutta la struttura ricettiva per quanto riguarda le risorse economiche, i servizi e il personale. Al Direttore dell'Hotel viene insegnato, tra l'altro, come dirigere, sovrintendere e coordinare con ampi margini di autonomia operativa tutta l'attività dell'impresa alberghiera, definendo e implementando le strategie aziendali e i piani di sviluppo, le politiche finanziarie, quelle commerciali e tariffarie. Inoltre, come occuparsi dell'attività di comunicazione e marketing della struttura, organizzare, controllare e supervisionare il lavoro del personale assicurando l'erogazione del servizio, tutto ciò nel rispetto degli standard di un'alta qualità. Oltre a ciò, come gestire l'azienda alberghiera verificando costantemente il budget, la contabilità e i risultati economici raggiunti applicando criteri di efficacia, efficienza ed economicità. E tanti altri trucchi per avere un Hotel sempre Sold Out.

Questo libro vuole offrire a titolari, manager e responsabili marketing delle strutture ricettive - hotel, B&B, resort, agriturismi - gli strumenti più efficaci del web marketing turistico e del revenue management per emergere in un mercato sempre più competitivo. Digital marketing turistico è uno strumento ideale anche per le tante altre figure che oggi cercano di completare la propria preparazione nel settore: studenti universitari, titolari di web agency con clienti nel settore turistico-ricettivo, consulenti di web marketing e revenue management.

Manuale per la gestione del villaggio turistico, con un esame dettagliato di tutti i reparti e servizi disponibili. Nel testo troverete molti consigli pratici per il raggiungimento della qualità, della produttività e del risparmio.

Turismo mega trend è un manuale dedicato a operatori e professionisti che, nell'industria turistica, guardano all'innovazione come a un'opportunità. Il "Super Traveller" sempre connesso è l'osservato speciale del libro: fin dalla prefazione di Eugene Kaspersky, con i suoi consigli in materia di sicurezza informatica, se ne indagano i comportamenti. Un viaggiatore sempre più digitale a cui si rivolgono i grandi operatori online che, dopo voli, hotel e ristoranti, hanno sviluppato nuove piattaforme per intermediare anche le esperienze in destinazione. Intelligenza artificiale, chatbot, blockchain, identità digitale, IoT, robotica, cybersecurity e 5G sono le parole chiave del turismo nelle smart destination e negli ecosistemi digitali. Destination manager e consulenti del settore, che esplorano le novità tecnologiche per essere a prova di futuro, troveranno riassunto in questo manuale un esaustivo panorama delle tecnologie applicate, con uno sguardo approfondito alle piattaforme digitali cinesi, a cui fa seguito un'analisi sulla domanda di nuove competenze e una riflessione sull'adozione di tecnologie per effetto della pandemia di Covid-19, con gli indirizzi conclusivi di Rodolfo Baggio.

278.1.2

1365.1.7

1365.4.4

Per il bilancio di un albergo una camera non venduta non rappresenta solo un'entrata mancata: è un costo certo. Se si dividono i costi fissi di un hotel per tutte le camere per tutti i giorni di apertura si avrà un numero a due cifre con un segno meno davanti, che rappresenta ciò che si deve pagare per ogni camera vuota. Se invece si riesce a venderla, anche se a poco, il costo fisso viene ridotto al minimo, si guadagna qualcosa e si fa contenta una persona che pernotta per poco denaro, che consumerà qualcosa nell'hotel e che sarà il miglior veicolo pubblicitario, comunicando il suo giudizio positivo con il passaparola on line e off line. Questo nuovo libro di Franco Grasso insegna, attraverso esempi e citazioni di casi reali, le regole del Revenue Management, le strategie da seguire per calcolare la giusta tariffa giorno per giorno, settimana per settimana, tenendo conto dei dati storici, della stagionalità e di ogni evento che può influenzare la scelta del turista, comprese le previsioni del tempo atmosferico. Prosegue e approfondisce le tematiche di base esposte nel precedente volume pubblicato per Hoepli, Il Revenue Management alberghiero, illustra l'importanza dell'uso di Internet e della prenotazione diretta on line e come raggiungere il giusto equilibrio utilizzando questi strumenti insieme all'apporto tradizionale dell'intermediazione. Con linguaggio semplice e diretto spiega le ragioni e le opportunità delle azioni revenue applicate nei singoli casi e nei diversi periodi, con lo sguardo attento al risultato finale dell'intera gestione dell'anno. Alla base della corretta applicazione del Revenue Management e della promozione è la formazione continua, che permette di acquisire le conoscenze e gli strumenti per seguire vantaggiosamente i cambiamenti di un mercato in continuo movimento e di un pubblico sempre più consapevole delle opportunità che questo gli offre.

Para mantenerse a flote en un período de grave crisis económica como la actual, con disminución en los flujos turísticos y reducción tanto de llegadas como de promedio de permanencia, el Revenue Management ofrece la receta para incrementar las ventas y maximizar los beneficios: emplear una tarifa dinámica que empiece lo más baja posible y luego sube en función del aumento de la demanda. Ya no es posible hacerse con un mercado en continua evolución de la forma que se hacía en el pasado, partiendo de una tarifa estática generada por las necesidades de balance del hotel en cuestión. Para determinar la tarificación más adecuada es necesario: tener en cuenta sólo los costes variables en la elaboración de un precio; vender, por lo general, a precios más bajos en temporada baja con tarifas expuestas con gran antelación; vender, por lo general, a precios más altos y más cerca de la fecha en temporada alta; dinamizar la tarifa en función del dato histórico, de la distancia de la fecha y de la previsión de ocupación; eliminar las listas de precios; confiar más en el mercado online y menos en el de las agencias; formarse a través de cursos y lecturas sobre Revenue Management. Para el calendario de cursos, eventos y novedades de Revenue Management: [www.francograsso.com](http://www.francograsso.com) Revolution System (TM) es la aplicación web de gestión del Revenue Management Hotelero, diseñado y utilizado por Franco Grasso y su equipo de Ingresos para seguir el progreso de todos los hoteles y los hoteles de la consejería. Al importar datos directamente de la gestión o actualización manual de la misma, el software historiza todas las variables más importantes de cada estructura y analiza, mediante la adaptación a cualquier situación. Visita el sitio web: [www.revolutionsystem.it](http://www.revolutionsystem.it)

1365.2.14

Strategie di web marketing turistico, OLTA (Online Travel Agency), visibilità, servizi... Cosa serve davvero per avere successo? L'obiettivo di questa guida è ridisegnare l'idea di business nel mondo del turismo, dalla teoria agli spunti pratici, dalla quotidianità al digital marketing, ripartendo dall'accoglienza e dal lato umano. Solo chi riuscirà a differenziarsi, individuando la sua unicità e comunicandola in modo efficace, avrà accesso alla sua nicchia di mercato e potrà avere successo in una realtà turistica sempre più articolata. Scritto con un linguaggio semplice, questo volume è utile sia per chi non si è mai messo in gioco, sia per chi desidera capire cosa non va della sua strategia e vuole ripartire dall'inizio.

This cutting edge and comprehensive book—with contributions from the star faculty of Cornell University's School of Hotel Administration—offers the latest thinking on the best practices and strategies for hospitality management. A must for students and professionals seeking to enter or expand their reach in the hospitality industry, The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality delivers the authoritative advice you need to: Develop and manage a multinational career and become a leader in the hospitality industry Maximize profits from franchise agreements, management contracts, and leases Understand and predict customer choices, and motivate your staff to provide outstanding service Manage hospitality businesses and the real estate underlying the businesses Control costs, coordinate branding strategy, and manage operations across multiple locations

2001.85

Perché qualcuno dovrebbe scegliere il mio Hotel piuttosto che quello della concorrenza? Questa è la domanda che ciascun imprenditore e manager alberghiero dovrebbe porsi e a cui dovrebbe saper rispondere, se vuole avere successo in un mercato altamente competitivo quale quello dell'accoglienza turistica. Nell'era internet il Web Marketing viene presentato come la panacea: se vuoi "vendere" il tuo servizio alberghiero devi ottimizzare il tuo sito per i motori di ricerca, devi essere presente sui Meta Motori, sfruttare i Social Media, devi fare ADS su Google o Facebook, ecc. ecc.. Tutto vero! Ma se possiedi una debole identità di marca, hai una reputazione carente, la tua proposta alberghiera non è dotata di valore, non la commercializzi offrendola alla persona giusta nel momento giusto, col prezzo che lui è disposto a pagare e attraverso appropriati canali di vendita, il Web Marketing risulta inutile! Oggigiorno, per fare turismo non basta più avere un bell'Hotel dotato di una bella stanza e un comodo letto; l'ospite del terzo millennio cerca di più: l'esperienza nuova, unica e memorabile! Il tuo Hotel consente all'ospite di vivere un'esperienza in grado di soddisfare questa aspettativa? Il libro si propone quale guida pratica "facile e veloce" per imprenditori e manager alberghieri che vogliono costruire, promuovere e commercializzare una proposta alberghiera di valore che la renda "unica" agli occhi del cliente disposto a pagare di più per averla, consentendo margini più elevati! Nelle 390 pagine del libro, l'autore spiega come: - creare l'identità dell'Hotel e costruirne o rafforzarne la reputazione; - dotare di valore e differenziare il servizio alberghiero; - definire la tariffa di vendita ideale per massimizzare i ricavi; - rimodulare la comunicazione aziendale col fine di vendere; - ottimizzare la gestione dei canali di vendita; - migliorare le relazioni con i clienti; - scoprire chi sono e cosa si aspettano i Clienti potenziali; - trasformare i Clienti potenziali in Clienti fan; - ricercare nuovi mercati e realizzare e gestire la lista di contatti; - formare, motivare e delegare il personale dell'Hotel; - battere la concorrenza e "copiare" i migliori. Volutamente, Giuseppe Picano si è allontanato da una descrizione accademica fatta di termini altisonanti

cercando di rendere semplici e comprensibili argomenti apparentemente complessi, avvicinandosi ai casi concreti e all'esperienza fatta in 20 anni a stretto contatto con ogni tipologia di hotel. NOTE SULL'AUTORE Specializzato in Economia e Management del Turismo, da circa venti anni si occupa di consulenza e formazione in Marketing turistico alberghiero per Enti Pubblici e Privati. Ha iniziato a lavorare nel mondo turistico e dell'ospitalità nel 1996, dirigendo un'Associazione di 130 Alberghi che gli ha consentito di comprendere a fondo i problemi, le preoccupazioni, le esigenze degli Hotel e degli Albergatori. Dopo aver diretto la Divisione Turismo della società Acqua e Terme Fiuggi SpA, per la quale si è occupato di Marketing e Organizzazione di Eventi e Congressi, nel 2003 ha deciso di fondare ItaliaMeeting, una società di Consulenza di Marketing e di Organizzazione Eventi per conto di Aziende, Associazioni, Enti e Privati. Ha affrontato innumerevoli problematiche legate all'inadeguato approccio al Marketing di molti imprenditori e dei manager alberghieri; approccio che li condannava ad avere un ricavo di gran lunga inferiore alle potenzialità che esprimevano! Per questa ragione ha deciso di dedicarsi ad aiutare gli Hotel nell'elaborare e nell'implementare la più efficace strategia per avere successo in un mercato così complesso quale quello dell'ospitalità alberghiera.

Questo libro è un viaggio attraverso i principali strumenti e concetti di marketing utilizzabili in ambito turistico. Non si tratta di un volume tecnico né di un tutorial dedicato a come vendere più camere del tuo albergo. Il suo scopo principale è quello di fornire ad albergatori gli elementi base per capire quali strumenti vale la pena approfondire e quali affidare a professionisti esterni. Conoscere gli elementi base di ogni area significa poter valutare con cognizione di causa azioni e reazioni della tua strategia di marketing, evitando investimenti inutili e improduttivi.

Rivisitando i dettami tradizionali del marketing (le famose P di McCarthy) questo libro parte dall'analisi del prodotto e delle persone, passando attraverso la sua promozione e finendo con la misurazione delle performance, così da farti acquisire una maggior consapevolezza sugli strumenti che hai a disposizione per migliorare il tuo business nel mondo della ricettività.

Posizionare con successo una villa di lusso nel mercato extra alberghiero è un appassionante lavoro che si fonda sull'uso di tecniche di marketing emozionale, alta qualità di esecuzione e cura meticolosa dei dettagli. Aspetti che per la maggior parte possono essere applicati a qualsiasi casa vacanza. Scoprirai come iniziare nel modo giusto, su cosa è importante investire, quali sono le modalità per elevare commercialmente la tua comunicazione, come aumentare la percezione del lusso e come scegliere i collaboratori giusti: dal fotografo alle agenzie specializzate. Grazie a questo libro, dal linguaggio semplice e divulgativo, farai un viaggio che ti permetterà di trasformare la tua proprietà in una struttura extra alberghiera di successo, con un brand solido, unico e riconoscibile.

365.543

Un libro ricco di consigli pratici che vuole offrire a titolari, manager e responsabili marketing delle strutture ricettive - hotel, B&B, resort - gli strumenti più efficaci del digital marketing e del revenue management per emergere in un mercato sempre più competitivo. Digital marketing turistico è lo strumento ideale anche per le altre figure che desiderano completare la propria preparazione nel settore: titolari di web agency con clienti nel settore turistico-ricettivo, consulenti di web marketing e revenue management. Questa nuova edizione aggiornata include l'analisi delle tendenze più recenti e dei profondi cambiamenti nella distribuzione online e mostra come usare al meglio le nuove piattaforme per promuoversi. Una guida completa, ricca di dati, grafici e foto, per approfondire tutti gli aspetti del digital marketing turistico: - creare il sito web perfetto per la struttura ricettiva; - posizionarsi nei motori di ricerca; gestire al meglio la reputazione online; - massimizzare i profitti grazie al revenue management.

Il volume è una guida pratica alla gestione efficiente e di qualità nell'area del Food & Beverage nelle varie tipologie presenti nelle aziende ristorative, ovvero: ristoranti, bar, aziende di catering e di banqueting. Il testo si apre con una prima parte dedicata al marketing della ristorazione, un mercato di non facile lettura e programmazione per le innumerevoli variabili culturali e socioeconomiche che sottostanno alle motivazioni d'acquisto del cliente. Segue una trattazione di argomenti strettamente tecnici: dalla cucina regionale alle nostre eccellenze alimentari, alla gastronomia internazionale, alla cucina vegetariana e vegana, alle allergie e intolleranze alimentari. Le parti successive offrono, con particolare attenzione alla pianificazione e al controllo operativo dei costi, un'accurata analisi guidata del processo di management nei vari settori Food & Beverage: ristorante, banqueting, bar e cantina. L'autore arricchisce i vari argomenti affrontando con taglio professionale, ma in modo chiaro e semplice, interessanti tematiche come la degustazione della birra, del vino e delle acque, nonché l'abbinamento con il cibo.

From the man the Wall Street Journal hailed as "the guru of Revenue Management" comes revolutionary ways to recover from the after effects of downsizing and refocus your business on growth. Whatever happened to growth? In Revenue Management, Robert G. Cross answers this question with his ground-breaking approach to revitalizing businesses: focusing on the revenue side of the ledger instead of the cost side. The antithesis of slash-and-burn methods that left companies with empty profits and dissatisfied stockholders, Revenue Management overturns conventional thinking on marketing strategies and offers the key to initiating and sustaining growth. Using case studies from a variety of industries, small businesses, and nonprofit organizations, Cross describes no-tech, low-tech, and high-tech methods that managers can use to increase revenue without increasing products or promotions; predict consumer behavior; tap into new markets; and deliver products and services to customers effectively and efficiently. His proven tactics will help any business dramatically improve its bottom line by meeting the challenge of matching supply with demand.

Le strutture che oggi hanno maggiore successo sono quelle in grado di raggiungere il cliente toccandogli il cuore grazie alla propria unicità. L'unconventional coaching alberghiero non è altro che un percorso pensato per aiutare gli imprenditori del settore turistico a scoprire le proprie peculiarità per distinguersi in un mercato sempre più affollato di competitor. Grazie a questo libro comprenderai al meglio cos'è il coaching e come può aiutarti nella tua attività, ma soprattutto per trasmettere quanto sia importante fermarsi, fare una fotografia della situazione attuale e tracciare una rotta in grado di mostrare il raggiungimento degli obiettivi. Seguendo gli step proposti, potrai sperimentare questo particolare metodo anche grazie ad esercizi specifici, che ti insegneranno come sfruttare al meglio la tua arte di accogliere. Oltre a spunti e pratici consigli digital per valorizzare la tua struttura scoprirai come avere una visione più chiara della tua situazione come persona e come imprenditore. Il fine di un percorso di coaching alberghiero, infatti, non è solo quello di perfezionare il lavoro e la struttura ma soprattutto di renderti tutto più semplice in modo tale che il vantaggio non sia solo in termini economici ma anche in qualità della vita.

In questa nuova edizione il volume offre un'ampia panoramica delle principali tipologie di imprese turistiche aggiornata ai significativi mutamenti del contesto economico e legislativo. Nella

trattazione sono analizzati i cambiamenti del settore turismo, tra cui in particolare l'incremento del mercato online e la crescita dell'offerta extraalberghiera. Articolato in tre parti, il manuale si compone di dieci capitoli scritti da esperti, collegati all'ambito accademico e con specifiche competenze nei diversi settori. Dopo una sezione propedeutica di carattere teorico, sono descritte le più significative tipologie di imprese affermatesi nel corso degli anni nel campo dell'offerta e in quello dell'intermediazione. Il quadro della trattazione conduce ad affrontare il tema dell'impresa turistica da prospettive di complessità del sistema, incoraggiando un approccio critico e non solo descrittivo ai problemi del comparto. Oltre che agli studenti universitari di scienze del turismo, il testo si rivolge anche ai professionisti del settore interessati ad avere un quadro aggiornato della materia.

1365.2.9

Vuoi imparare a mettere a reddito una casa con gli affitti turistici e diventare ambassador di ospitalità nella tua città? Vuoi scoprire una nuova passione e, organizzando le tue risorse, diventare un property manager indipendente? Le autrici di questo libro ti spiegano come fare, specialmente nell'ipotesi che questo diventi il tuo nuovo lavoro. Leggendo le loro storie potrai prendere spunto dalla loro esperienza imparando a orientarti nel sistema degli affitti a breve termine. Il manuale, di agevole lettura e con numerosi esempi pratici, illustra i punti critici della gestione, aiutandoti a trovare una soluzione ai problemi senza perdere tempo ed evitando gli errori comuni. Al suo interno troverai strumenti e procedure per l'avvio dell'attività (gestione dei prezzi, delle prenotazioni, strumenti informatici necessari, aspetti legali), dando anche uno sguardo a come potrà cambiare il mercato nel prossimo futuro. Facendo tesoro di questi consigli, ti renderai conto che puoi farcela anche tu partendo da zero e che non è necessario avere doti da supereroe per realizzare una attività gratificante.

La chiamano ricettività alternativa, ma in Italia offre 500.000 posti letto in più di quella tradizionale. Il settore extra alberghiero è in forte crescita, grazie all'affermarsi di fenomeni come l'home sharing e gli affitti brevi. Per lo stesso motivo è anche sotto la lente del Legislatore: quasi metà delle Regioni italiane ha regolamentato appartamenti, B&B, agriturismi e case vacanza negli ultimi tre anni. Oggi lavorare in questo ambito richiede sempre maggiori investimenti e competenze digitali per restare sul mercato. Nell'evoluzione di questo settore rivestono un ruolo chiave le piattaforme digitali, punto d'incontro di domanda e offerta in cui convivono strutture alberghiere ed extra alberghiere. In questo nuovo scenario competitivo, sempre più 'convergente', Digital marketing extra alberghiero è una guida strategica che spiega come tutti possano ritagliarsi la propria nicchia di mercato.

Il revenue management alberghiero. Come aumentare il profitto di un albergoHOEPLI EDITOREOltre il Revenue Management alberghieroCome cogliere le nuove opportunità di mercatoHOEPLI EDITORE

Un testo per manager e addetti del settore alberghiero (in primo luogo coloro che appartengono alle direzioni generali, sales and booking, marketing, amministrazione e controllo) che intendano comprendere e approfondire seriamente uno dei temi maggiorment

[Copyright: d872845c6cd422d8501724d90827c2e9](https://www.hoepli.it/it/9788808172490)