

ЦЕНЫ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ОТЕЛЯ, как с их помощью правильно позиционировать отель



программа о том, как правильно определить цены на номера в отеле, как с помощью ценовой политики увеличивать спрос и повышать уровень продаж в отеле

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

Вопрос ценового позиционирования и ценообразования в отеле является одним из важнейших. Очевидно, что неправильное ценовое позиционирование отеля чревато потерей доходности: если цена ниже оптимальной, вы рискуете недополучить выручку, если цена выше оптимальной, то вы рискуете потерять определенную долю платежеспособного спроса и опять же потерять выручку.

Когда есть уверенность в правильности ценового позиционирования отеля и выбранной стратегии продаж, то не страшен ни вывод на рынок нового отеля, ни демпинг конкурентов. Вы четко знаете, нужно ли повышать или снижать цены, и как это сделать безболезненно или с минимальными потерями.

Но как правильно определить цену на номера? Какими ценами пользоваться: динамическими, фиксированными или вариативными? Как сделать продажи в отеле выгодными? Как с помощью цен обеспечить максимальный спрос на отель?

Программа обучения «ЦЕНЫ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В ОТЕЛЕ: как с их помощью правильно позиционировать отель» дает возможность получить ответы на эти очень важные для успеха отеля вопросы, а кроме того, поможет не только правильно определить цены в отеле, но и с помощью ценовой политики обеспечить максимальные продажи в отеле.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ЭТА ПРОГРАММА

- некорректное ценовое позиционирование отеля на рынке
- отсутствие системы ценообразования в отеле
- некорректное использование открытых и конфиденциальных цен
- отсутствие системы оценки эффективности ценовой политики отеля

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

- Познакомить с различными ценами и нюансами их использования в гостиничной индустрии
- Научить пользоваться открытыми тарифами для увеличения продаж в отеле
- Показать алгоритм составления ценовой политики
- Дать инструменты для анализа и оценки эффективности ценовой политики отеля

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗНА

- ✓ руководителям отдела продаж и маркетинга в отеле
- ✓ заместителям директоров отдела продаж и маркетинга
- ✓ руководителям направлений
- ✓ сотрудникам, готовящиеся стать руководителями отдела продаж и маркетинга

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- ⇒ Ценовая политика, основные понятия и определения
- ⇒ Цели и задачи ценовой политики
- ⇒ Процесс ценообразования. Виды цен и их особенности
- ⇒ Цена и себестоимость. Способы расчета себестоимости номера. Конкурентноспособная цена
- ⇒ Связь между сегментацией и ценообразованием
- ⇒ Цены открытых продаж и алгоритмы работы с ними. Лучшая цена дня, скидки, пакеты и специальные предложения
- ⇒ Договорные цены, где и когда используются. Нюансы договорного бизнеса отеля
- ⇒ Ценовая политика отеля, как ее использовать для увеличения продаж в отеле. Правила использования тарифов
- ⇒ Как определить эффективность ценовой политики отеля

РЕЗУЛЬТАТ

Участники программы обучения смогут:

- определить конкурентное позиционирование отеля на рынке
- составить ценовую политику отеля - систему взаимозависимых ценовых тарифов
- оперировать различными видами цен и правильно использовать их для различных сегментов рынка
- оценить эффективность каждого из используемых отелем тарифов и ценовой политики в целом

ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ И СТОИМОСТЬ

- 2-дневный корпоративный тренинг-семинар
 - длительность: 8-9 академических часов
 - стоимость: 165 000 рублей за группу
 - количество человек в группе: не более 15 человек
- Онлайн курс 18 занятий + финальный тест
 - длительность: 2 месяца (2 занятия в неделю, каждое по 60-90 минут + домашние задания от 30 до 90 минут, финальный тест около 60 минут)
 - стоимость: 35 000 рублей за человека
 - количество человек в группе – от 2 до 10

