

УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ В ОТЕЛЕ: как обеспечить максимальные результаты продаж в любой сезон



программа о том, как управлять спросом в зависимости от сезона, когда и как использовать инструменты стимуляции и ограничения спроса увеличить продажи в отеле

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

Пытаясь увеличить продажи в отеле, руководитель отдела продаж и маркетинга постоянно сталкивается с многочисленными вопросами:

- Как понять, что ты получаешь максимум с рынка при сложившихся условиях?
- Есть ли возможность повышать цены или их нужно срочно снижать?
- Может, нужно предлагать скидки?
- Стоит ли делать специальные предложения?
- Брать или не брать групповой запрос?
- На каких условиях подписывать договор о сотрудничестве?
- Какой уровень открытых цен обеспечит оптимальный уровень загрузки?
- Как повысить уровень средней цены?
- Было ли правильным решение отказать группе или нужно было взять этот запрос?

Ответам на эти и многие другие вопросы посвящена программа обучения «УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ В ОТЕЛЕ: как обеспечить максимальные результаты вне зависимости от сезона», где мы рассказываем об инструментах стимулирования и ограничения спроса для различных сегментов отельного бизнеса и как ими пользоваться для увеличения продаж в отеле.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ЭТА ПРОГРАММА

- отсутствие объективного анализа ситуации на рынке
- незнание и неумение пользоваться инструментами стимулирования и ограничения спроса
- часто повторяющиеся ситуации потери выручки или упущенной выгоды
- отсутствие объективных методов оценки «нужности» бизнеса для отеля

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

- Познакомить с различными инструментами управления спросом гостиницы и
- Научить пользоваться ими в зависимости от ситуации на рынке
- Дать инструменты для анализа и оценки результатов работы по управлению выручкой

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

- ⇒ Что такое спрос. Спрос и предложение на рынке. Объективная оценка ситуации на рынке
- ⇒ Бюджет и прогноз – инструменты управления спросом
- ⇒ Два рычага управления спросом, ситуации их применения
- ⇒ Как определить выгодность бизнеса
- ⇒ Инструменты стимулирования и ограничения спроса.
- ⇒ Инструменты управления групповыми продажами
- ⇒ Инструменты управления корпоративными продажами
- ⇒ Управление индивидуальными продажами через туроператоров
- ⇒ Инструменты управления продажами по открытым ценам
- ⇒ Как объективно оценить результаты управления спросом
- ⇒ Основные ошибки при работе с инструментами управления

РЕЗУЛЬТАТ

Участники программы обучения смогут:

- объективно оценивать ситуацию на рынке
- определять и использовать возможности для увеличения выручки в отеле
- применять инструменты стимулирования и ограничения спроса в зависимости от ситуации
- дифференцированно использовать инструменты для управления спросом по различным сегментам бизнеса
- анализировать результаты применения того или иного инструмента
- увеличить выручку отеля за счет правильного использования инструментов управления спросом

ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ И СТОИМОСТЬ

- 1-дневный корпоративный тренинг-семинар
 - длительность: 8-9 академических часов
 - стоимость: 89 000 рублей за группу
 - количество человек в группе: не более 15 человек
- Онлайн курс 10 занятий + финальный тест
 - длительность: 1,5 месяца (занятие по 60-90 минут 2 раза в неделю + домашние задания от 30 до 90 минут, финальный тест около 60 минут)
 - стоимость: 12 900 рублей за человека
 - количество человек в группе – от 2 до 10

