

Uddannelse i revenue management

Hoteller, kroer, caféer, restauranter, attraktioner, conferencecentre m.fl. har alle det tilfælles, at virksomhederne grundlæggende sælger tid. I et givent tidsrum besøger gæsterne vores virksomheder, overnatter i vores senge, optager en siddeplads i restauranten, optager et mødelokale eller får en sjov oplevelse i en af vores forlystelser. Bliver værelset ikke udlejet, restaurantsiddepladsen ikke optaget eller rutsjebanen ikke fyldt, kan kapaciteten ikke lægges på lager og sælges i morgen. Indtjeningsmuligheden er tabt.

Særligt i disse Covid-19 tider, hvor mange virksomheder er underlagt restriktioner i form af krav til kvadratmeter, afstand, åbningstider m.fl., som reducerer kapaciteten væsentligt, er det afgørende, at den kapacitet, som er til rådighed, sælges optimalt. Det er her, revenue management kan gøre en forskel.

Covid-19 har desuden ændret vores adfærd i forhold til ferie- og erhvervsrejser, møder, konferencer, restaurantbesøg og besøg i attraktioner. Dette gør det ekstra vanskeligt at forudsige og optimere omsætningen. Revenue management handler netop om at indsamle viden om gæsternes købsadfærd til at forudsige den fremtidige efterspørgsel og optimere omsætningen.

Udbytte

Dette uddannelsesforløb er for dig, som til daglig arbejder med salg, produktudvikling eller distribution og ønsker at blive klogere på dine kunder, forudsige deres adfærd og finde nye muligheder for at optimere omsætningen – særligt i en tid som denne.

Forløbet består af i alt 5 moduler á 2 kursusdage fordelt over 1 år, hvor du bliver undervist og løser opgaver med udgangspunkt i din virksomhed. Forløbet skal hjælpe dig til at identificere optimeringsmulighederne for din virksomhed, og eftersom forløbet er fordelt over en længere periode, giver det også mulighed for at hente rådgivning hos underviserne omkring løsningen af de praktiske udfordringer, som altid opstår, når nye ideer skal implementeres.

Målgruppe

Ledere, mellemledere og medarbejdere, som arbejder med salg, produktvikling eller distribution. Det er vores erfaring, at der ligger en fordel i at være to deltagere fra samme virksomhed, så man kan sparre med hinanden undervejs.

Program

Kursusmodul 1: Kundeanalyse, segmentering & forecasting

Kursusmodul 2: Positionering, konkurrentanalyse & produktkendskab

Kursusmodul 3: Prissætning, prisstruktur & produktudvikling

Kursusmodul 4: Optimering & implementering

Kursusmodul 5: Online synlighed, distribution & salg

Afslutning & HORESTA-diplomoverrækkelse

Kursusmodul 1: Kundeanalyse, segmentering & forecasting

At kende sine kunder og at inddele dem i kategorier er en forudsætning for at udvikle nye produkter og målrettede tilbud samt at prissætte dem. Vi ser nærmere på hvilke informationer, der er tilgængelige om gæsterne, og hvordan man kan inddele dem i kundetyper. Forecasting, at forudsige og estimere fremtidig efterspørgsel, er en kritisk opgave, hvis man skal reagere i tide, og i takt med at efterspørgslen udvikler sig. Det første kursusmodul giver dig en teoretisk gennemgang af de eksisterende forecastingmetoder, og du får mulighed for at arbejde med case-eksempler og opgaver for din egen virksomhed.

Kursusmodul 2: Positionering, konkurrentanalyse & produktkendskab

På andet kursusmodul ser vi på konkurrentanalyse, og hvorledes en virksomhed identificerer sin position i markedet. Du skal lave en konkurrentanalyse for din egen virksomhed og identificere din virksomheds position i markedet. Herefter tester vi dit produktkendskab og din evne til at udvikle nye produkter via forskellige case-eksempler. På baggrund heraf skal du komme med anbefalinger til, hvorledes virksomheden kan udvikle og/eller forbedre produkterne.

Kursusmodul 3: Prissætning, prisstruktur & produktudvikling

En ting er at fastsætte prisen på et produkt, men hvor mange priser skal man have for samme produkt, og hvornår skal de ændres. Hvilken prisstruktur og prisstrategi giver virksomheden de bedste forudsætninger for at reagere på ændringer i kundefærdigheden. Vi gennemgår teorien bag de forskellige prissættelsesmetoder og prisdifferentiering, herunder "price fencing". Med opgaver og cases ser vi på fordele og ulemper ved de forskellige strategier.

Kursusmodul 4: Optimering & implementering

Virksomheder har ofte flere forretningsområder målrettet forskellige kundetyper, fx private og erhvervs-gæster. Nogle gæstetyper bruger de samme faciliteter, fx værelser, siddepladser i restauranten eller møde- og selskabslokaler, men ikke alle aktiviteter genererer samme værdi på bundlinjen. Vi sætter her fokus på "Total Revenue Management", hvor der optimeres på tværs af forretningsområder.

Vi gennemgår de mest udbredte optimeringsmodeller, og du skal – på baggrund af den viden, som du har indsamlet om din virksomhed, kunder, konkurrenter, prisstruktur og forventninger til den fremtidige efterspørgsel - identificere optimeringsmulighederne og beregne gevinsten ved disse samt de mulige barrierer for implementering.

Kursusmodul 5: Online synlighed, distribution & salg

Hvorledes sikrer du optimal eksponering på nettet, så din virksomhed er repræsenteret der, hvor kunderne søger information? Og hvordan får du gæsterne til at dele, "like" og anbefale, så interessen omsættes til en reservation eller et køb? Hvilke markedsføringsmetoder og salgskanaler bør din virksomhed satse på for at tiltrække de mest profitable kunder og opnå højest muligt provenu? Du skal med udgangspunkt i din virksomhed estimere udfordringerne, omkostningerne og gevinsten ved at anvende forskellige markedsføringsmetoder og distributionskanaler. På baggrund heraf skal du komme med forslag til, hvordan din virksomhed i fremtiden bedst kan markedsføre og sælge sine produkter.

Afslutning & HORESTA-diplomoverrækkelse

Gennem forløbet vil du udføre en række opgaver, som samlet set skal hjælpe dig med at identificere optimeringsmuligheder i din virksomhed og implementere dem i praksis. Din afsluttende opgave bliver at indsende, hvad du er kommet frem til og præsentere udvalgte punkter på afslutningsdagen. Forløbet afsluttes med diplomoverrækkelse.

Undervisere

Benedikte Rosenbrinck, Forsknings- og udviklingschef i HORESTA og ph.d. i revenue management.

Kaare Harry Kjerrumgaard, selvstændig underviser, rådgiver og konsulent. Kaare har siden 2005 arbejdet med rådgivning og undervist i fagområderne revenue management, online synlighed og softwaresystemer. Se endvidere www.khk.dk

Pris

Medlemmer: Kr. 27.500 kr. ekskl. moms for den første medarbejder - Yderligere medarbejdere fra samme virksomhed kr. 16.500 kr. ekskl. moms.

Ikke medlemmer: Kr. 55.000 kr. ekskl. moms pr. medarbejder.

Tilskud

Virksomheden har mulighed for at søge støtte fra Kompetenceudviklingsfonden, hvis kursUSDeltageren er omfattet af overenskomsten mellem HORESTA/3F. Medarbejderen skal desuden have minimum 6 måneders anciennitet. Der kan maksimalt opnås 2 ugers kompetencestøtte svarende 74 timer pr. medarbejder. Støtten er desuden betinget af, at medarbejderen ikke har forbrugt sine opsparede uger i indeværende år.

Der kan opnås et tilskud på 140 kr. pr. time eller i alt 10.780 kr. for deltagelse på dette uddannelsesforløb.

Kontakt

Har du spørgsmål, eller ønsker du at tilmelde dig kursusforløbet, er du meget velkommen til at kontakte Karin Bækby Petersen, chefkonsulent i HORESTA på tlf.: 35 24 80 80 eller e-mail: kbp@horesta.dk