



REVENUE MANAGEMENT

Concorrência

Produto

HISTORICAMENTE

Escolha recaía sobre os critérios

Físicos:

- Localização
- Posicionamento
- Dimensão
- Facilidades
- ...entre outros





ATUALMENTE

- QUAIS OS HOTÉIS COM ÍNDICES DE SATISFAÇÃO SEMELHANTES
- GOOGLE ANALYTICS: DE ONDE VÊM OS MEUS VISITANTES
- BOOKING.COM: CLIENTES QUE VIRAM O MEU HOTEL VIRAM TAMBÉM
- QUAL O FEEDBACK DOS MEUS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
- QUE OUTROS HOTÉIS ESTÃO NA MESMA PÁGINA ONLINE, NA MESMA BROCHURA , NA MESMA CAMPANHA
- QUAIS OS HOTÉIS COM CONCEITO E POSICIONAMENTO SEMELHANTE
- TENDÊNCIAS NA HOTELARIA : TECNOLOGIA , CRM,



TER ATENÇÃO DIA A DIA

- Comportamento na gestão de tarifas : participação em campanhas vs. preços online, descidas “last minute”, mudanças de época nosso vs. deles), entre outros
- Rate Shop: escolha de uma ferramenta que permita acompanhar os preços diários dos nossos concorrentes gratuita como booking suite ou paga como OTA Insight)
- Evolução dos scores de satisfação : a subir ou a descer?
- Registrar para além do online: verificar campanhas , monitorizar preços de Grupos e outros segmentos
- Características físicas : localização , conceito marca , nº quartos, facilidades salas , spa, golfe , piscina, estacionamento , etc.), outlets, ano abertura renovação

PRODUTO

**“OS HOTÉIS PRECISARÃO DE
MAIS DO QUE MARCAS
PARA SE DIFERENCIAR NO
FUTURO”**

DELOITTE CONSULTING
“THE HOTEL OF THE FUTURE”





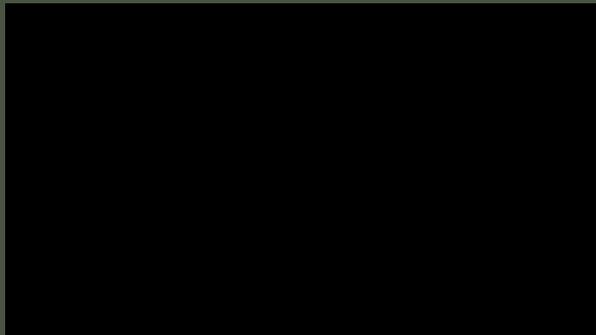
POSICIONAMENTO

- Diferenciação
- Conceito



SATISFAÇÃO DO CLIENTE

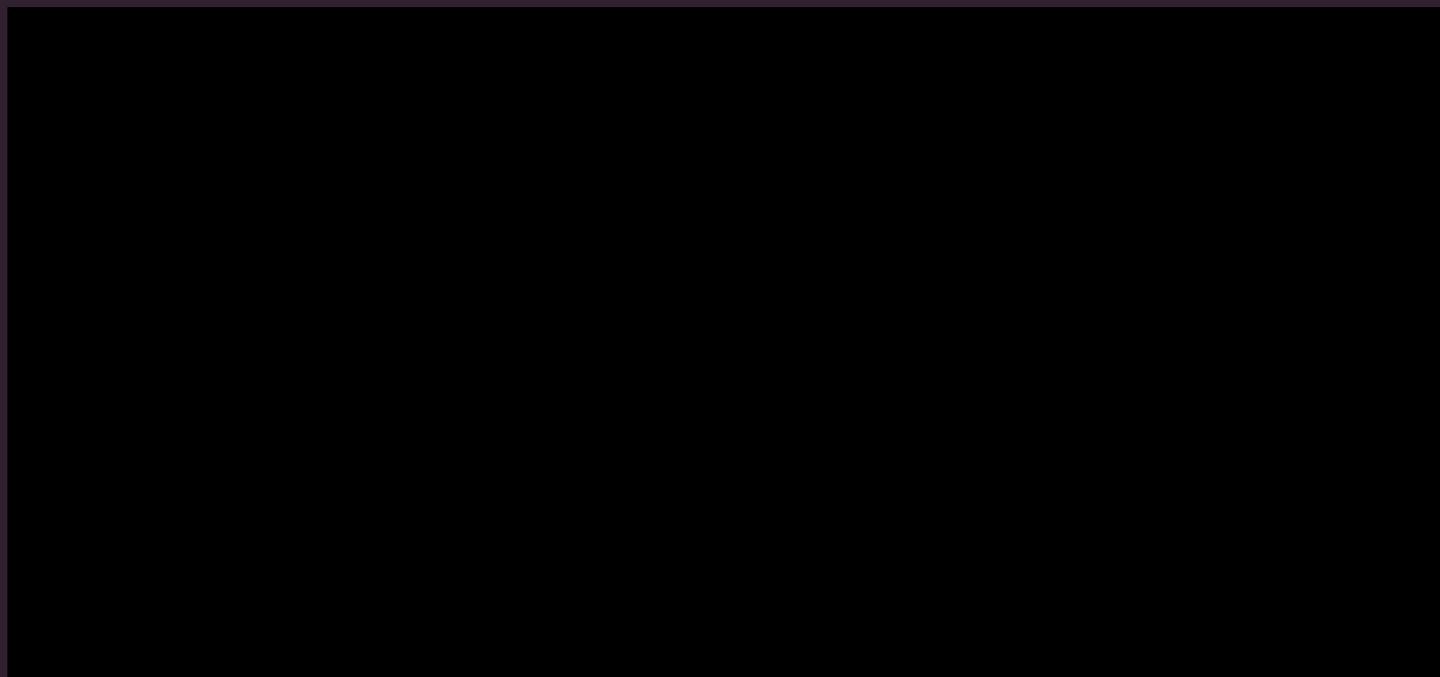
- Serviço
- Respostas online (GRI)





PROGRAMA ESPECÍFICOS QUE RESPONDAM ÀS NECESSIDADES DO CLIENTE ALVO E ÀS TENDÊNCIAS DO MERCADO:

- AUTENTICIDADE
- ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL
- EXPERIÊNCIAS REAIS DE APRENDIZAGEM



CRIAR CONTEÚDO PARA COMUNICAR

- Mensagens claras
- Influenciadores , bloggers, canais de comunicação
- Planejamento antecipado

Ā M A N





**"A SIMPLICIDADE É O
ÚLTIMO GRAU DA
SOFISTICAÇÃO"**

By Leonardo Da Vinci



OBRIGADO

Gustavo Martins

2023