

GRANT

DAS HOTEL-MAGAZIN FÜR
PROPERTY- UND REVENUE MANAGEMENT

#3



A



Z



Inhalt

Seite 2
Editorial

Zukunftsfähigkeit hängt an der Offenheit und Anpassungsfähigkeit von digitalen Lösungen
 von Roland Hehn

Seite 6
A – API

Die epochale Bedeutung von Programmierschnittstellen
 HQ plus

Seite 8
B – Hotel Benchmarking

Benchmarking für Ihr Hotel nutzen
 str

Seite 10
C – City Demand versus Cluster Demand

Welche Perspektive liefert bessere Ergebnisse?

von Ivan Abakumov, HQ plus

Seite 13
D – Duetto

Neue Gastgewohnheiten, neue Revenue-Streams

von Sarah McCay Tams, Duetto Research

Seite 14
E – Event-Daten

Zuverlässige Event-Daten in HQ revenue
 HQ plus

Seite 16
F – Forecasting

Forecasting in einer post-pandemischen Welt
 von Ivan Abakumov, HQ plus

Seite 18
G – Geolocations

Geolocations für qualifiziertes Demand Forecasting
 Geomand

Seite 20
H – HQ plus

Unternehmens- und Preisentscheidungen auf Basis zuverlässiger Daten
 Interview mit Roland Hehn und Sven Blaurock

Seite 24
I – Intelligenz

Im persönlichen Potenzial liegt die Zukunft des Revenue Managements
 von Fabian Bartnick, Infinito Tech

Seite 25
J – Junior Suite

Intelligentes Room Type Mapping
 HQ plus

Seite 26
K – Hotel KPIs

Hotel KPIs sichern den Erfolg des Hotels
 von Silvia A. Mayer, IDeaS

Seite 27
L – Loreca

Die Bedeutung der Sichtbarkeit im modernen Revenue Management
 von Bart-Jan Leyts, Loreca

Seite 28
M – Marketing

Data-Driven Marketing – in Zukunft alternativlos
 Brandnamic

Seite 30
N – The Net Revenue

Strategien für die Maximierung der Einzigartigkeit
 von Francesc González, The Net Revenue

Seite 31
O – One system for all

Die All-in-One-Lösung für Marketing, Sales, Revenue und Top Management
 von Anders Johansson, Demand Calendar

Seite 32
P – PMS

Ein auf Veränderung und Weiterentwicklung vorbereitetes PMS
 von Roberto D'Aquila, Proxima Service

Seite 34
R – Revenue Management

Mit Revenue Management beginnen
 von Sebastian Kuhnhardt, happyhotel

Seite 36
S – Strategisches Revenue Management

25 Jahre Spalteholz Hotelkompetenz

Interview mit Bianca Spalteholz, Spalteholz Hotelkompetenz

Verwendung der Fotos mit freundlicher Genehmigung der portraitierten Personen bzw. Firmen. Die Rechte der Fotos liegen, falls nicht ausdrücklich auf den Fotos vermerkt, bei den portraitierten Personen bzw. Firmen.

Seite 40
T – TRevPAR

Total Revenue Management zur Optimierung aller Revenue Streams im Hotel
 von Per-Anders „Perra“ Pettersson, Benchmarking Alliance Nordic

Seite 42
U – Upselling

Wie und wann Hotels durch Upselling aufwerten sollten
 von Karl Schmidtner, UpsellGuru

Seite 44
W – Weather

Wetterlage und Geschäftsentwicklung synchron im Blick
 HQ plus

Seite 45
X – x- und y-Achse

Das eigene Preis-Bewertungsverhältnis im Vergleich zum Comp Set
 HQ plus

Seite 46
Y – Yielding

Intelligentes RMS: Die richtige Rate zum richtigen Zeitpunkt
 von Martin Maneschg, RateBoard

Seite 48
Z – Zukunft

Die Zukunft der Revenue-Management-Technologie
 von Ira Vouk

Für die Inhalte der Beiträge und Artikel externer Autoren und Unternehmen in dieser Zeitschrift übernehmen wir keine Haftung. Die Meinungen und Aussagen der Autoren stellen nicht zwangsläufig die Meinung von HQ plus dar.

M

Data-Driven Marketing – in Zukunft alternativlos

Als Geschäftsführer der erfolgreichen Südtiroler Marketingagentur für Hotels und Destinationen wissen Hannes Gasser, Michael Oberhofer und Matthias Prader, dass nur der unablässige Blick auf technologische Entwicklungen Unternehmen davor bewahrt, auf dem versatilen Markt den Anschluss zu verlieren; als Berater sind sie gleichzeitig nah genug am Tagesgeschehen ihrer Kunden, um mit den wachsenden Anforderungen an die gehobene Hotellerie genauestens vertraut zu sein.

In der Full-Service-Agentur, die zu den bedeutendsten ihrer Branche im Alpenraum gehört, weiß man um die grundlegende Bedeutung von Branding und Positionierungs- bzw. Kommunikationskonzeption für ein erfolgreiches Marketing. Geht es bei diesem Modus Operandi vor allem darum, die Markenidentität der dortzulande vorrangig familiengeführten Betriebe zu festigen – eine Aufgabe, die durch analoge Qualitäten wie die traditionell stark ausgeprägte Gastfreundschaft und die daraus resultierende enge Bindung an die Gäste erleichtert wird –, löst dieser Part allein nicht mehr das Problem der Auslastung und der Vergleichbarkeit mit den Mitbewerbern.



© Alex Filz und Brandnamic.

Hannes Gasser, Michael Oberhofer und Matthias Prader - Die Full-Service-Marketingagentur für Hotels und Destinationen Brandnamic mit Hauptsitz in Pairdorf bei Brixen spezialisiert sich auf Markenpositionierung – von Logodesign über gezieltes Employer Branding, Social Media Marketing und Printsachen bis zu Data-Driven Marketing, Hotelsoftware und Marketingtools. Visionen von Format und Weitsicht – diese Werte teilt die Brixner Agentur mit dem Berliner SaaS- und Hotelmarkt-Datenprovider HQ plus.

„Wir operieren in einer touristisch hart umkämpften Region mit höchsten Qualitätsstandards“, erklärt Gasser. „Unsere Kunden können noch so gut sein, sie haben einfach extrem viele Mitbewerber, die ihnen in nichts oder wenig nachstehen, die ebenso überzeugen – da reichen Top-Standards einfach nicht mehr. Die einzige Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben, wird neben der klaren Positionierung und den einwandfreien Leistungen zukünftig ein effizientes Data-Driven Marketing sein. Dazu gehört unter anderem ein ausgeklügeltes Revenue Management, das es gestattet, die Marktsituation in Echtzeit zu interpretieren und die Preise entsprechend schnell anzupassen. Das haben wir in HQ revenue gefunden.“

Ohne datengetriebenes Marketing tappe man im Dunkeln, „Instinkt“ allein funktioniere bei sich rasant verändernden Bedingungen nicht mehr: „Hoteliers benötigen ein Analysetool, das es ihnen und uns ermöglicht, Entwicklungen und Umsatzpotenzial blitzschnell zu erkennen, zu begreifen und durch entsprechende Maßnahmen darauf zu reagieren. Beim dynamischen Pricing und dem Erstellen dynamischer Marketingpläne überlassen wir nichts dem Zufall“, ergänzt Oberhofer.



© Brandnamic.

Bei Brandnamic werden in der Kundenberatung sämtliche Funktionen von HQ revenue genutzt, für Neueinsteiger haben sich vor allem die Mitbewerberanalyse und die Kalkulation der potenziellen regionalen Auslastung bewährt, zudem das Tracking der täglichen Anfragen in Relation zu den tatsächlich erfolgten Buchungen bzw. den gespeicherten historischen Daten. In der Agentur sieht man großes Potential in der Analyse dieser Erkenntnisse – in Hinblick auf die individuellen Festlegungen von Budgetzielen, Strategien und Marketingplänen, aber auch auf potenzielle Rückschlüsse, die auf Markenführung und Positionierung der Betriebe gezogen werden können. „Um eine Marke zu leben, ist die Kenntnis des Markts und seiner Zahlen, die ständige Kontrolle der Daten unerlässlich“, so Prader.

Interessant sei das Produkt für Kunden aller Größenordnungen, auch die Schnittstellen zu zahlreichen gängigen Hotelverwaltungsprogrammen stellen einen von allen Nutzern überaus geschätzten Vorteil dar – „alles, was unseren notorisch unter Zeitnot leidenden Kunden Umstände erspart, kommt gut an.“

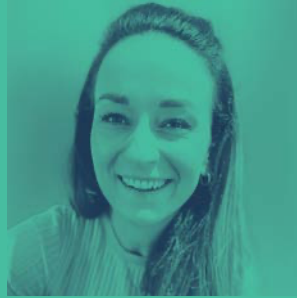
Wohl auch mit ein Grund – zusammen mit dem Full-Marketing-Ansatz von Brandnamic –, weshalb die Kunden der Agentur HQ revenue vornehmlich in Zusammenhang mit einem Beratungsauftrag nutzen. Nicht nur unterstütze das Analysetool die fundierte, proaktive Betreuung und Beratung im Revenue Management; die optimal aufbereiteten Daten in Echtzeit erlauben den unmittelbaren Vergleich der aktuellen Situation auf dem Zielmarkt und gleichzeitig den detaillierten Vergleich zum Wettbewerb. Das überzeuge Berater und Kunden gleichermaßen.

brandnamic

gasser | oberhofer | prader

Brandnamic
Brixen (Südtirol, Italien)
[brandnamic.com](https://www.brandnamic.com)

Das Hotel-Magazin für Property- und Revenue Management



GRANT

DAS HOTEL-MAGAZIN FÜR
PROPERTY- UND REVENUE MANAGEMENT



HQ plus GmbH
Ullsteinstraße 130, Turm 2
12109 Berlin
Deutschland

Handelsregister: HRB 139209
Registergericht: Amtsgericht Berlin-Charlottenburg

Vertreten durch den Geschäftsführer: Roland Hehn

Redaktionsleitung: Bernd Pohlmann

Redaktion:
Bernd Pohlmann (INQbaker)
Matthias Nowak (HQ plus)
Dr. Ivan Abakumov (HQ plus)

Gestaltung: Obscure Visions, Münster

GRANT erscheint vierteljährlich

Sie wollen nicht warten? Einfach QR-Code scannen!
GRANT online lesen und mitwirken!



Erfahren Sie mehr über die neuesten Trends in Hotellerie und Revenue Management. Besuchen Sie:
info.hqrevenue.com/demo-request-grant-itb-2023