

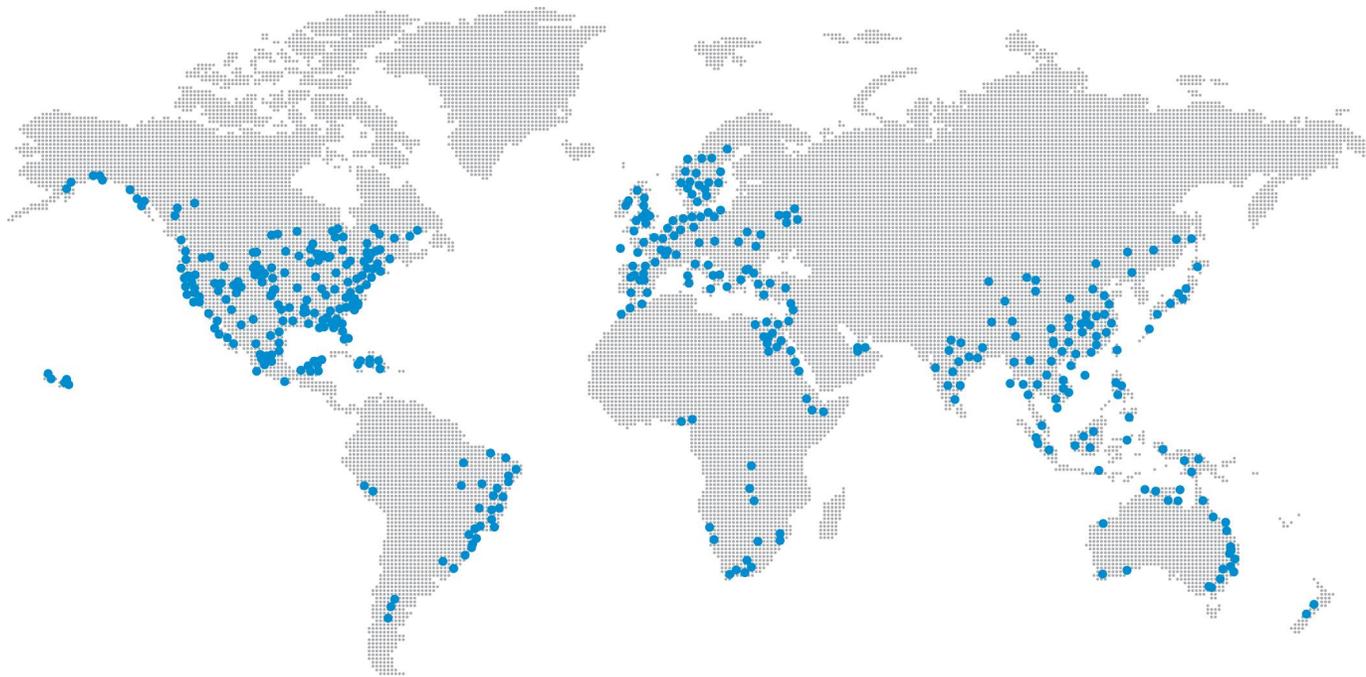
酒店收益与渠道管理的 融合与发展

IDEAS[™]
A SAS COMPANY

王越
中国及亚太区
咨询总经理
IDEAS

2016年7月22日

关于 IDeaS



26

年前我们就开始帮助客户管理其收益

7000

家用户后，我们始终在各种情况下发掘增加收益的契机

1.2MM

间客房遍布全球，每天由IDeaS定价

94

个国家，遍布 6 大洲的用户使用 IDeaS 收益管理系统

95%+

的客户始终如一的选择与我们合作

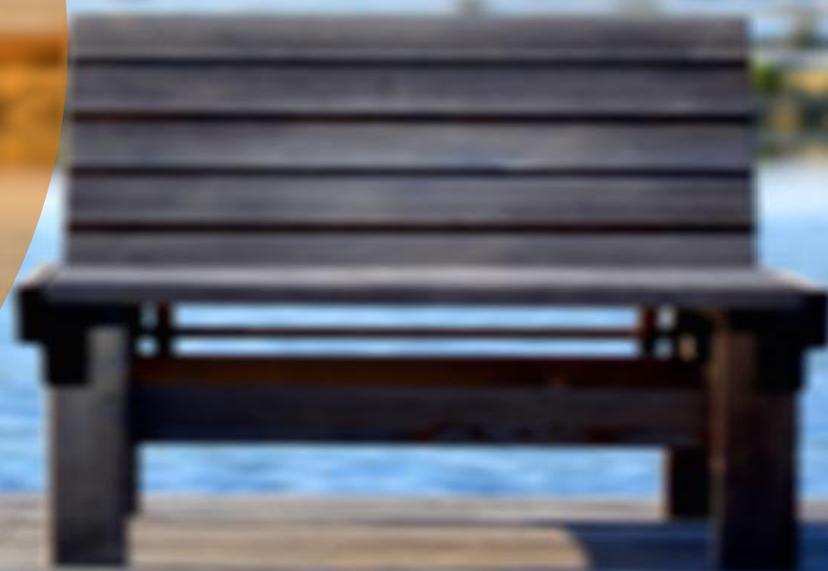
今日话题

- ✓ 收益和渠道管理的演变
- ✓ 战略定位和方向
- ✓ 系统平台和工具的选择
- ✓ 收益与渠道管理如何形成合力



收益和渠道管理的 演变和发展

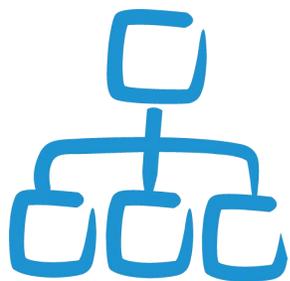
IDEAS[™]
A SAS COMPANY



行业发展的一个关键词---融合



收益管理的本质



合适的渠道



合适的产品



合适的客户



合适的价格

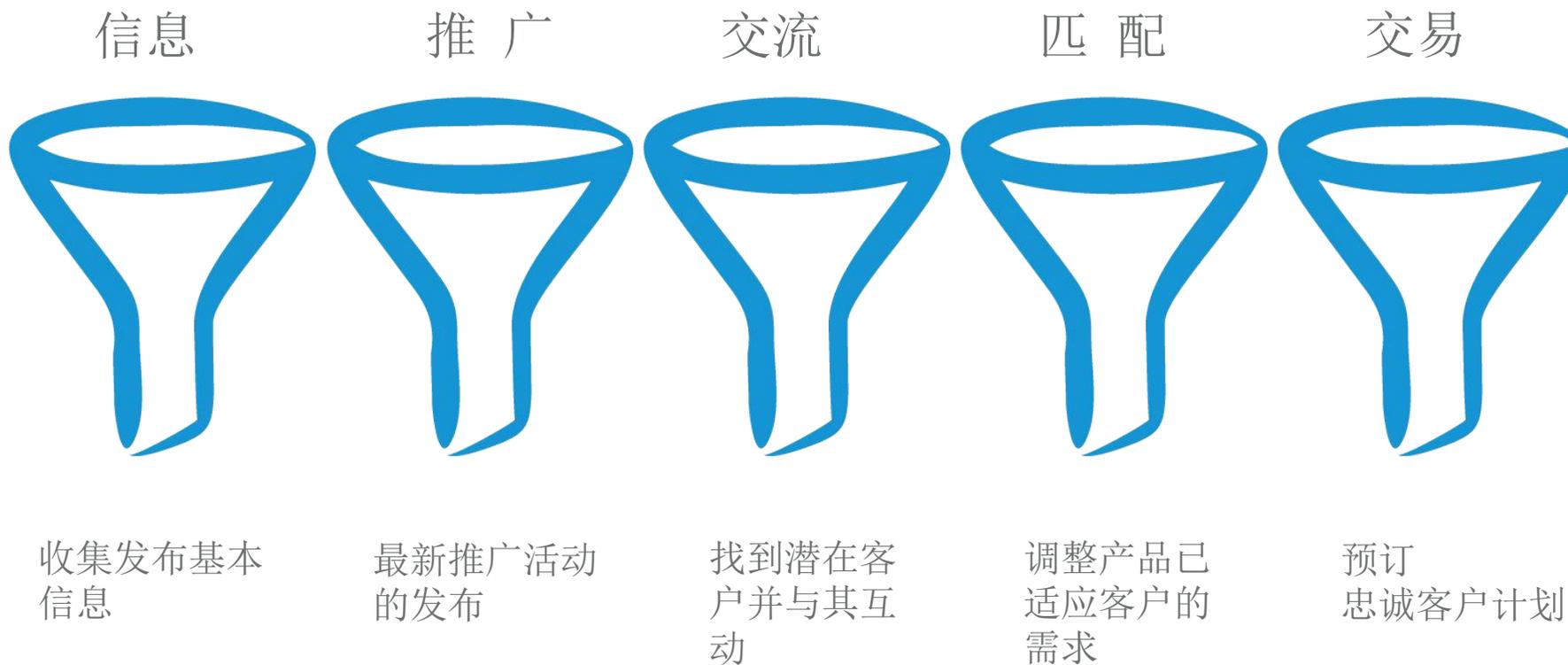


合适的时间

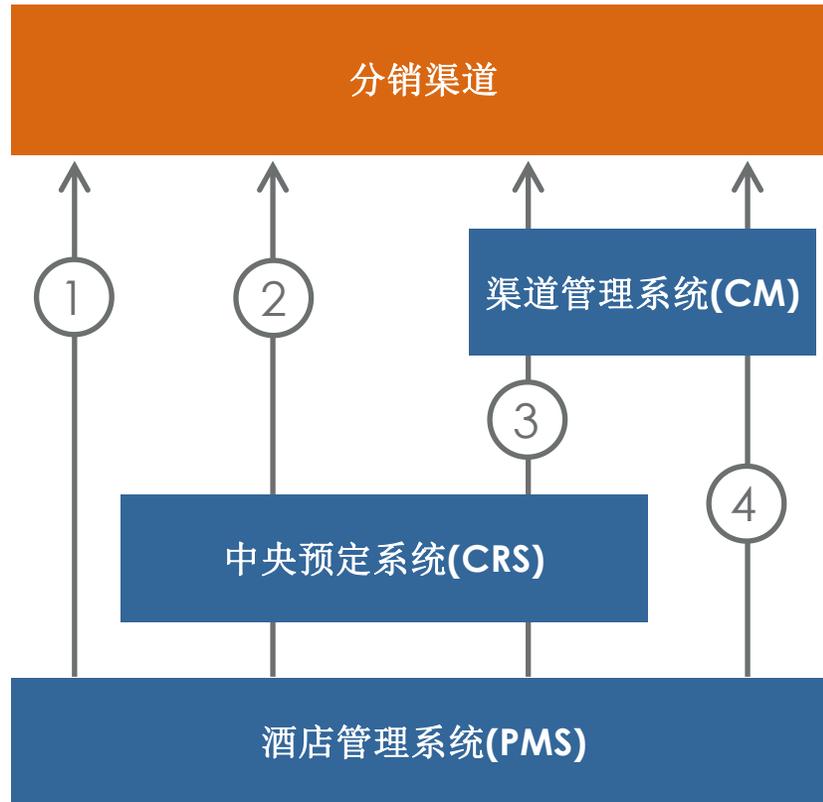
收益管理的发展演变



渠道管理的本质



分销渠道管理系统架构



- 1) 酒店直接连接分销渠道
- 2) 多见于集团酒店
- 3) 渠道管理系统多在中央预定系统无法直接连接渠道时候使用
- 4) 单独的渠道管理系统也用于单体酒店

渠道举例



战略定位和方向

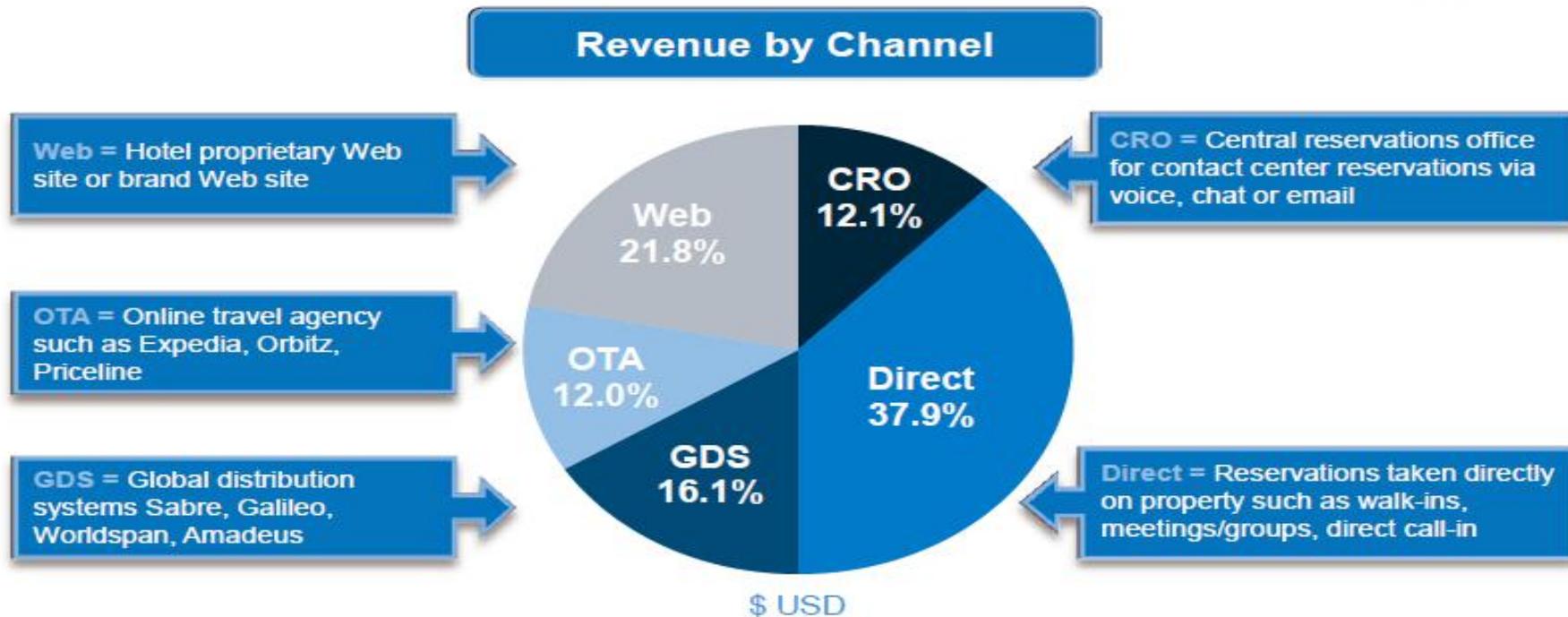
IDEASTM
A sas COMPANY



2015年全球酒店市场渠道表现

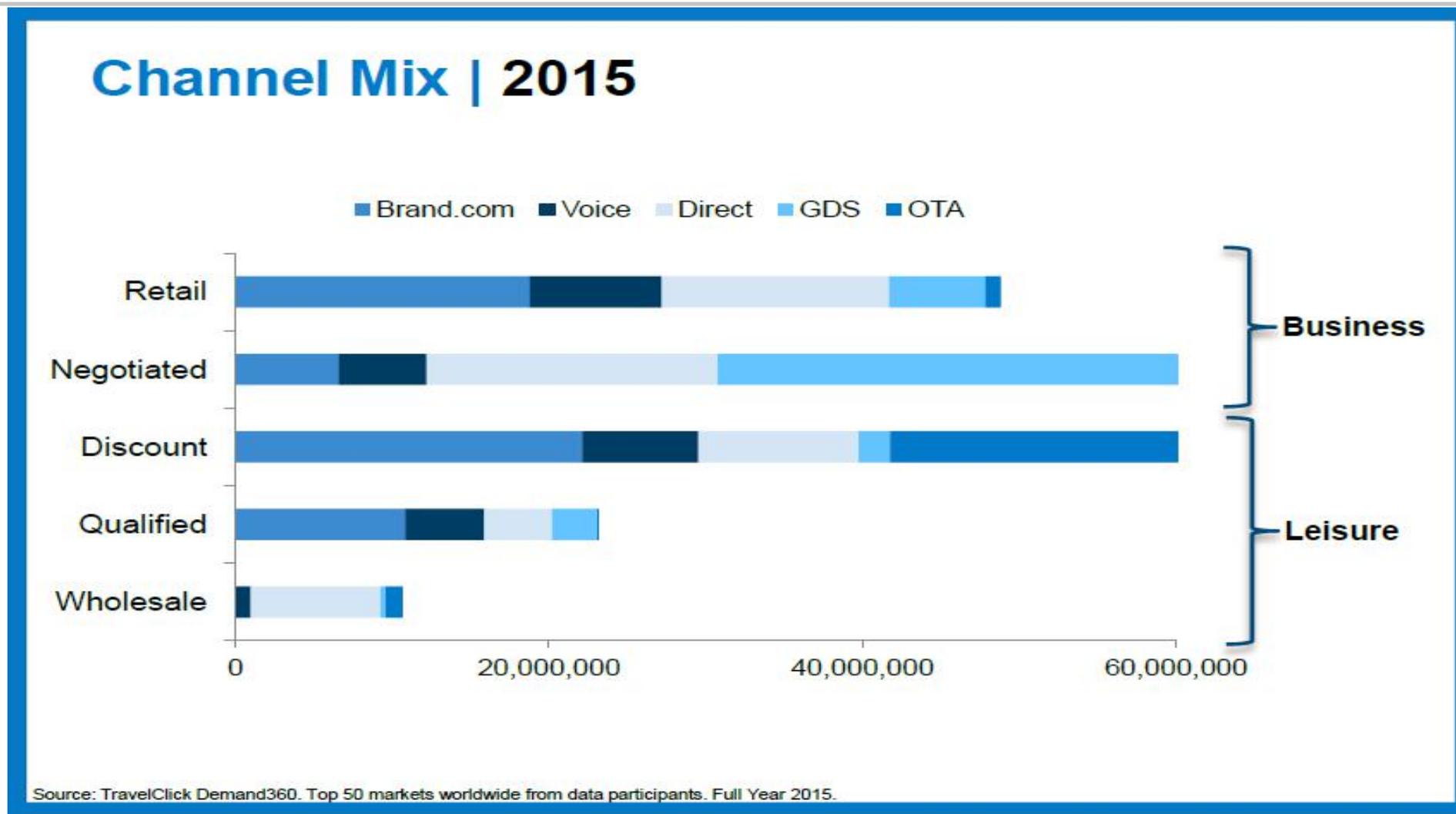
Highlights | 2015 Revenue

The Brand Website revenue contributed 21.8% of the \$48 billion total revenue booked and 287 million room nights



Source: TravelClick Demand360. Top 50 markets worldwide from data participants. Revenue in USD. Full Year 2015.

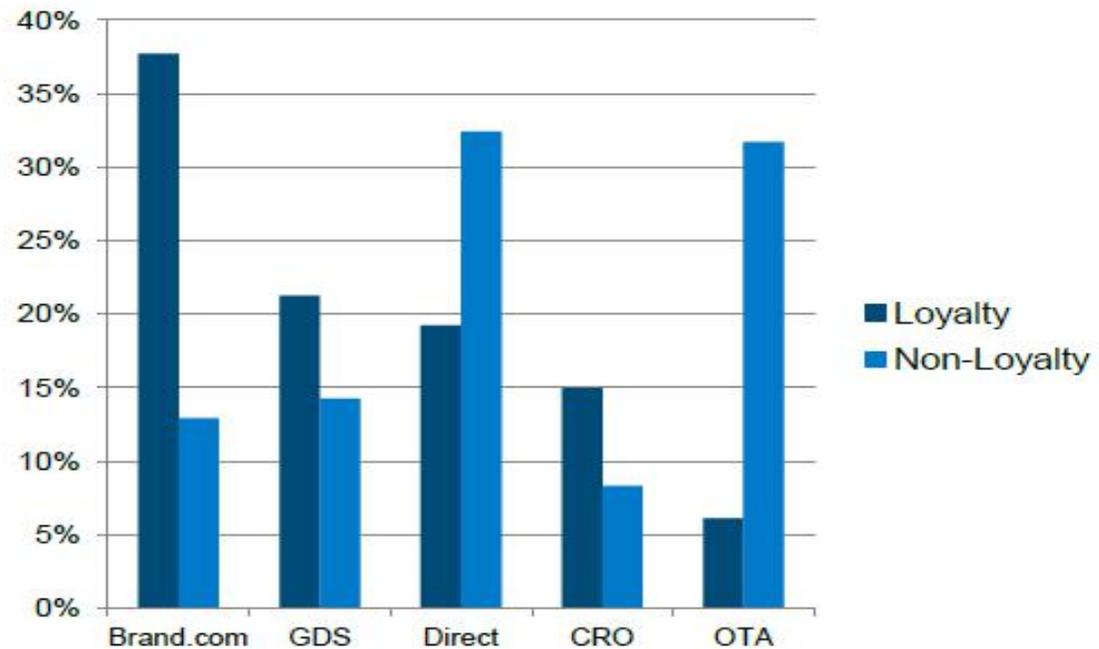
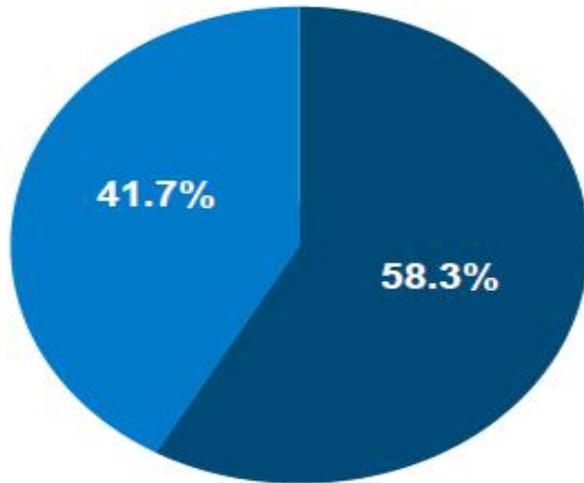
2015年全球酒店市场渠道与市场细分表现



2015年全球酒店市场忠诚客户计划表现

Loyalty vs Non-Loyalty Performance % of Transient Room Nights

2015 Q4



Source: TravelClick Demand360. Top 50 markets worldwide from data participants. Transient reservations = Individual reservations for all channels. Q4 2015.

明确战略定位和方向

直销渠道

- 官网建设
- 搜索引擎优化
- 内容管理

分销渠道

- 老客户/新客户
- 成本核算
- 排名管理



价格一致性

优势

- 直销渠道的机遇
- 避免客户预订流程的混乱印象
- 产品和服务的提供者决定价格
- 有利于开拓多渠道
- 价格管理效率高, 准确率高

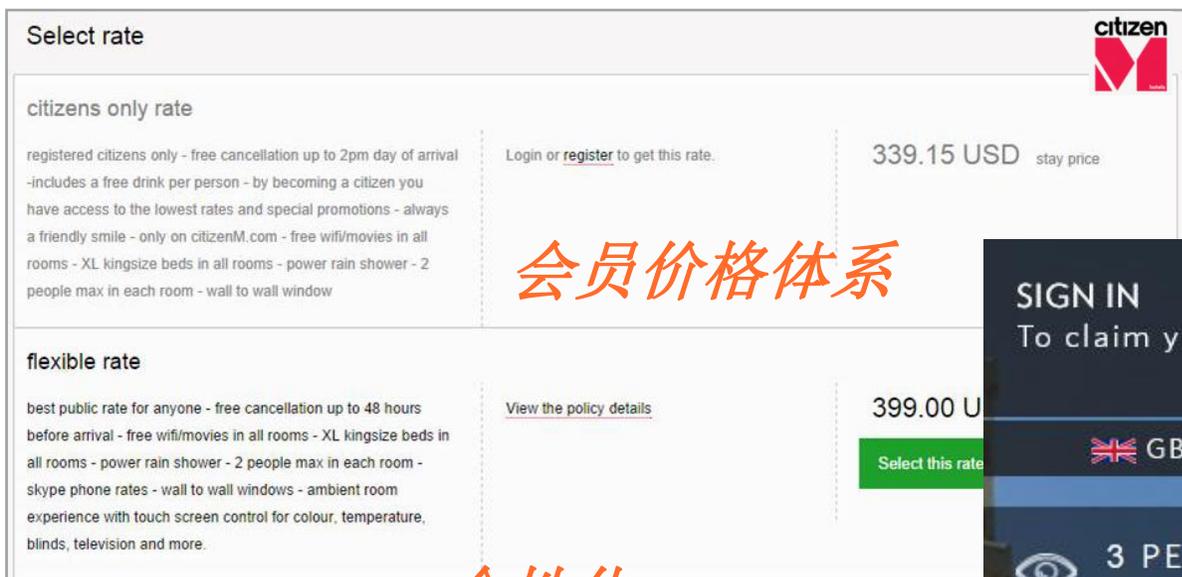
挑战

- 渠道和市场细分被混淆
- 技术平台时时更新价格和房量能力
- 如何利用非价格因素吸引客源
- 长远价值观和短期效益如何平衡

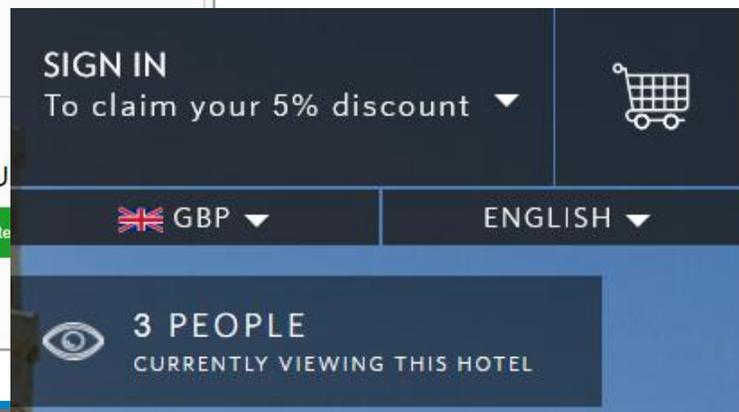
官网建设



提升官网产量的策略
有哪些?



社交媒体



分销渠道的业务模式和成本---举例

	酒店官网	OTA - 返佣	OTA - 底价	GDS - 协议净价
收入	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
预定数量	10	10	10	10
单个预定价格	100.00	100.00	100.00	100.00
佣金 / 加价 (比例)	0%	17%	23%	
佣金 / 加价 (绝对值)	-	17,00	23,00	-
系统费用	2.50	3.00	3.00	10.00
信用卡费用比例	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%
信用卡费用绝对值	1,00	1,00	1,00	1,00
市场推广成本*	-	-	-	-
单个预定成本	3.50	21.00	27.00	11.00
成本比例	3.5%	21.0%	27.0%	11.0%

**Banners, Specials, Preferred Listings, as well as CPC Costs (Metasearch & SEM) for hotel website not included in calculation*

不同分销渠道, 不同业务模式成本不同, 收益管理政策是否应相应调整?

渠道检查

- 定期专人检查各个直销和分销渠道的价格, 库存, 产品描述是否正确
- 网评不仅仅是客户满意度工具, 也是收益管理定价和渠道管理重要核心之一
- 文字描述和图片录像及时更新
- 排名检查不仅是第三方, 也包括搜索引擎
- 内容为王



系统平台和工具的选择

IDEAS[™]
A sas COMPANY



如何选择平台和工具



如何选择平台和工具



收益与渠道管理如何形成 合力

IDEASTM
A SAS COMPANY

时时刻刻发生的案例

周末生意不好, 用收益管理和渠道管理思维拉动周末业务

谁是我们的客户?

使用什么价格?

控制什么房型, 促销什么房型?

投放什么渠道?

渠道上描述什么内容?

渠道成本对利润的影响?

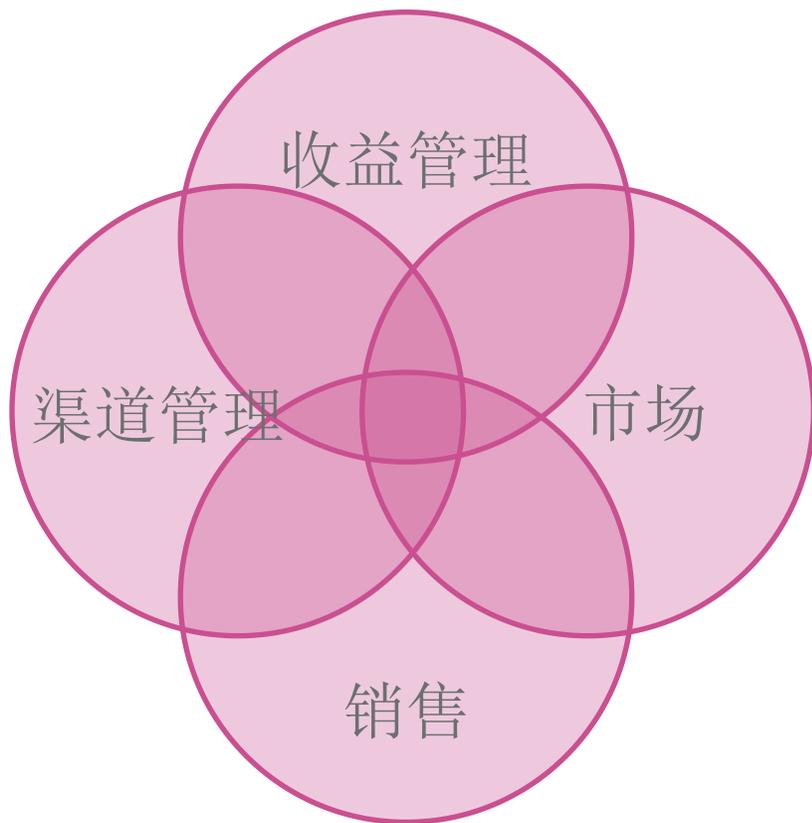
渠道管理



收益管理



“大收益” 管理体系



目标统一, 奖励机制协调有序

收益和渠道管理的共同职责

- 价格决策和展示
- 渠道选择和管理
- 客户反馈与利用
- 需求预测与调整
-

专业人员专业能力



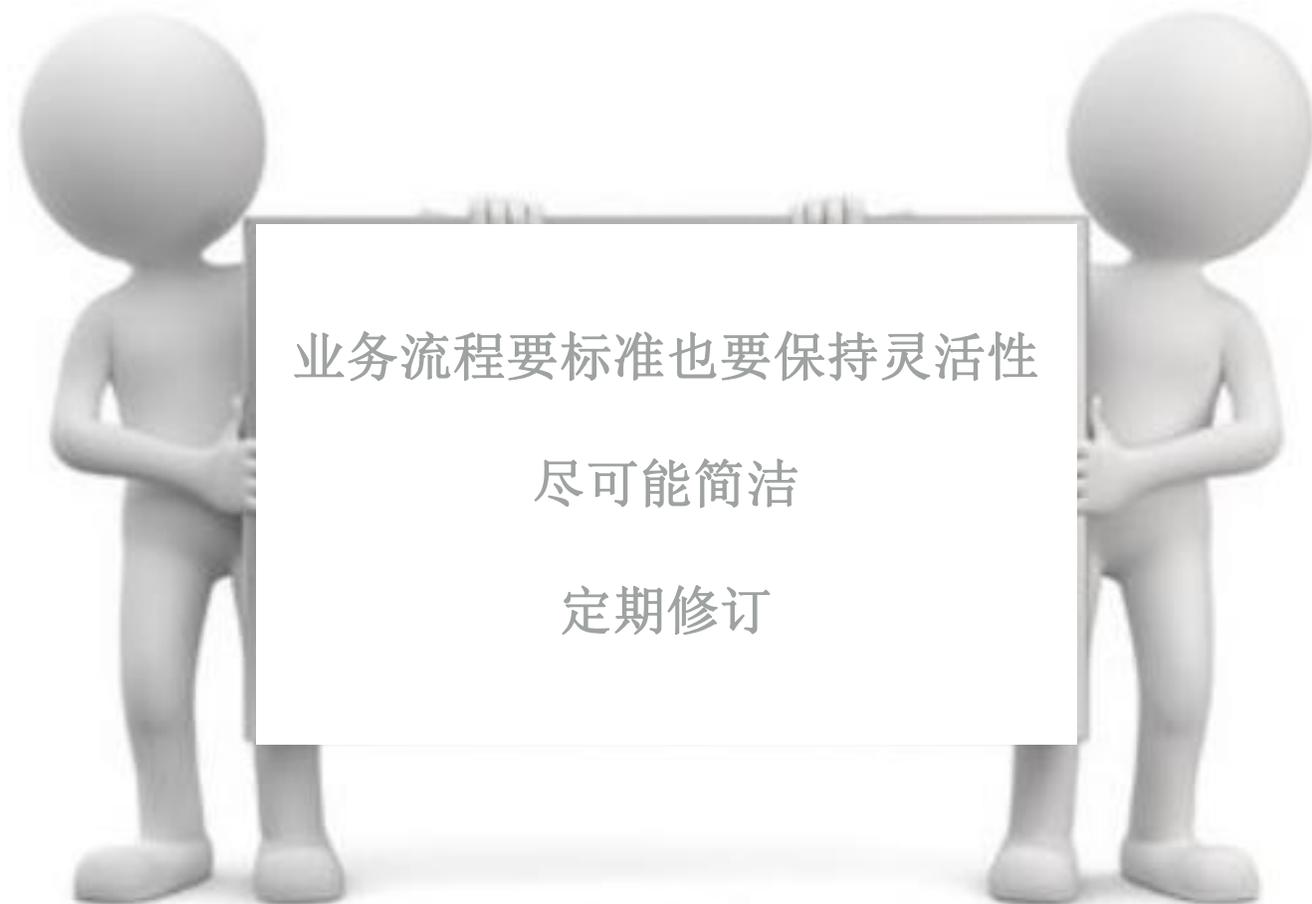
清晰的业务流程

业务标准明确

- 客户市场细分/渠道/业务来源……
- 价格体系和价格管理标准
- 房控标准和流程
- 未来需求预测

工作方式明确

- 沟通汇报会议流程
- 数据收集和分析
- 特殊情况处理方式达成共识



如何取得突破



人员



流程



技术

微信公众号



官方微博



IDEASTM
A sas COMPANY

DRIVING BETTER REVENUE

www.ideas.com