

[Read free] Hotelvertrieb, Yield-Management und Dynamic Pricing in der Hotellerie

Hotelvertrieb, Yield-Management und Dynamic Pricing in der Hotellerie

Von Marc Sölter

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #487564 in eBooksVerffentlicht am: 2008-01-25Erscheinungsdatum:
2008-01-25File Name: B00J4BZI0I | File size: 60.Mb

Von Marc Sölter : Hotelvertrieb, Yield-Management und Dynamic Pricing in der Hotellerie before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Hotelvertrieb, Yield-Management und Dynamic Pricing in der Hotellerie:

Kurzbeschreibung Fachbuch aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Hotelfach / Gaststättengewerbe, Note: keine, , 333 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Der Vertrieb von Hotelleistungen wird immer aufwendiger und komplizierter. Leider gibt es bisher kein einziges deutsches Fachbuch, das sich ausschließlich mit dem Thema Hotelvertrieb befasst. Bisher wurde dieses Thema hauptsächlich im Rahmen der Distributionspolitik in den Veröffentlichungen zum Hotelmarketing behandelt. Wer sich allerdings umfassend mit dem Thema befassen wollte, dem blieb bisher nichts anderes übrig als eines der kostspieligen Seminare zum Thema Hotelvertrieb oder Yield-Management in der Hotellerie zu buchen. Die Hotelketten und -kooperationen haben ihre Spezialisten (Marketing- und Salesmanager, Revenue-Manager) für den Hotelvertrieb - doch wie wird es auch für die Individualhotellerie möglich, ihre Leistungen erfolgreich und vor allem gewinnbringend zu vertreiben? Mit Hilfe der vorliegenden Arbeit soll etwas Licht ins Dunkel gebracht werden. Die ersten Kapitel umfassen die Entwicklungen und Trends auf dem Hotelmarkt, sowie die evtl. Auswirkungen auf den Hotelvertrieb. Nachdem die Besonderheiten des Angebots sowie die Grundlagen des Hotelmarketings näher betrachtet wurden, werden die für den Hotelvertrieb wichtigen Instrumentalbereiche des Marketings (Produktpolitik, Preispolitik) und die eigentliche Distribution von Hotelleistungen behandelt. Innerhalb der Distributionspolitik werden ausführlich die verschiedenen Vertriebspartner der Hotellerie sowie der Vertrieb über GDS, CRS, Reservierungssysteme und Hotelplattformen erläutert. Das in der Hotellerie immer wichtiger werdende Yield-Management ist Thema der folgenden Kapitel. Dort werden Antworten auf die Fragen: Wie funktioniert Yield-Management? Lohnt sich Yield-Management für mein Hotel? Wie wird Yield-Management implementiert? Wie wird segmentiert und selektiert? usw. gegeben. Abschließend wird das Dynamic Pricing anhand des Beispiels des Hotelkonzerns Accor erläutert. Vielleicht kann diese Arbeit dabei helfen, dass einige Hoteliers ihre bisherige Preis- und Vertriebsstrategie überdenken und auch in ihrem Betrieb die Werkzeuge des Yield-Management und Dynamic Pricing nutzen.

Kurzbeschreibung Fachbuch aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Hotelfach / Gaststättengewerbe, Note: keine, , 333 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Der Vertrieb von Hotelleistungen wird immer aufwendiger und komplizierter. Leider gibt es bisher kein einziges deutsches Fachbuch, das sich ausschließlich mit dem Thema Hotelvertrieb befasst. Bisher wurde dieses Thema hauptsächlich im Rahmen der Distributionspolitik in den Veröffentlichungen zum Hotelmarketing behandelt. Wer sich allerdings umfassend mit dem Thema befassen wollte, dem blieb bisher nichts anderes übrig als eines der kostspieligen Seminare zum Thema Hotelvertrieb oder Yield-Management in der Hotellerie zu buchen. Die Hotelketten und -kooperationen haben ihre Spezialisten (Marketing- und Salesmanager, Revenue-Manager) für den Hotelvertrieb - doch wie wird es auch für die Individualhotellerie möglich, ihre Leistungen erfolgreich und vor allem gewinnbringend zu vertreiben? Mit Hilfe der vorliegenden Arbeit soll etwas Licht ins Dunkel gebracht werden. Die ersten Kapitel umfassen die Entwicklungen und Trends auf dem Hotelmarkt, sowie die evtl. Auswirkungen auf den Hotelvertrieb. Nachdem die Besonderheiten des Angebots sowie die Grundlagen des Hotelmarketings näher betrachtet wurden, werden die für den Hotelvertrieb wichtigen Instrumentalbereiche des Marketings (Produktpolitik, Preispolitik) und die eigentliche Distribution von Hotelleistungen behandelt. Innerhalb der Distributionspolitik werden ausführlich die verschiedenen Vertriebspartner der Hotellerie sowie der Vertrieb über GDS, CRS, Reservierungssysteme und Hotelplattformen erläutert. Das in der Hotellerie immer wichtiger werdende Yield-Management ist Thema der folgenden Kapitel. Dort werden Antworten auf die Fragen: Wie funktioniert Yield-Management? Lohnt sich Yield-Management für mein Hotel? Wie wird Yield-Management implementiert? Wie wird segmentiert und selektiert? usw. gegeben. Abschließend wird das Dynamic Pricing anhand des Beispiels des Hotelkonzerns Accor erläutert. Vielleicht kann diese Arbeit dabei helfen, dass einige Hoteliers ihre bisherige Preis- und Vertriebsstrategie überdenken und auch in ihrem Betrieb die Werkzeuge des Yield-Management und Dynamic Pricing nutzen.