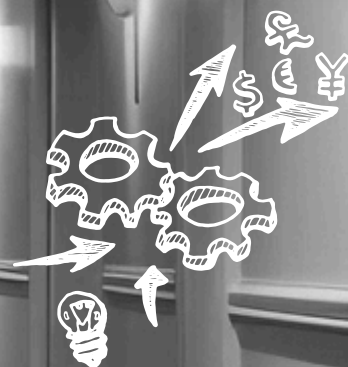


# Hogyan növelheti bevételeit?



**Bevezetés a szállodai Revenue Management-be és a Revenue Management-szoftverek világába** - 2024. Április

Üdvözljük a RoomRaiser új e-könyvének olvasójaként!

Ezzel az e-könyvvvel szeretnénk segíteni Önnek abban, hogy jobban kiismerje magát a szállodai Revenue Management világában. Bemutatjuk, hogy miért fontos a Revenue Management (hozzamenedzsmen) a szállodák számára, és hogyan segíthetnek a Revenue Management-Szoftverek (RMS). Ötleteket és javaslatokat nyújtunk a megfelelő szoftver kiválasztásához, továbbá ahhoz, hogy mire figyeljen oda annak bevezetése során.

Reméljük, hogy a könyv végére jobban kiismeri magát a Revenue Management és a Revenue Management-szoftverek területén, megismeri azok előnyeit, hosszútávú céljait és hasznát.

# 1. A szállodai Revenue Management alapjai

A mai szállodaipar kiélezett versenyében a bevétel hatékony kezelése alapvető fontosságú minden szálláshely számára, függetlenül annak méretétől. A **Revenue Management** azt a stratégiai gyakorlatot jelenti, amely magában foglalja az **árazás, a szobakészlet és az értékesítési stratégiák optimalizálását** a bevétel és a **nyereség maximalizálása** érdekében. Ez a gyakorlat foglalkozik a piaci kereslet, a fogyasztói magatartások és a versenypiaci árazás megértésével, hogy olyan adatalapú döntéseket hozzon, amelyek segítik a bevétel növekedését.

A kis és közepes méretű szállodák számára a Revenue Management gyakorlati bevezetése különösen nagy kihívást jelenthet az alábbi okok miatt:

- *korlátozottak az erőforrások és a szakértelem,*
- *korlátozott a hozzáférés a piaci információkhoz, adatokhoz,*
- *ezek hiányában nagy a bizonytalanság azzal kapcsolatban, hogy mikor és mennyivel változtassák az árakat,*
- *nagy a félelem, hogy az esetlegesen túl magas árakkal vagy a dinamikus árazással a vendégeknek a rosszallását váltják ki (például egy szoba bizonyos áron való értékesítése, majd egy hasonló szoba későbbi, alacsonyabb áron történő értékesítése),*
- *negatív múltbeli tapasztalataik vannak a dinamikus árazás manuális végrehajtásával kapcsolatban.*

A technológia fejlődésével az utóbbi néhány évben - különösen a Revenue Management-szoftverek révén - ezeknek a szállodáknak most már hozzáférésük van olyan eszközökhöz, amelyek lehetővé teszik a Revenue Management folyamatok egyszerűsítését és automatizálását. És, ahogy talán már Ön is tudja, a **RoomRaiser szoftvert** kifejezetten az említett **kis és közepes méretű szállodák számára** terveztük, oly módon, hogy ugyanazokat a **fejlett**, mégis **személyre szabott technológiákat** használhassák, mint a legnagyobb és legdrágább szállodák.

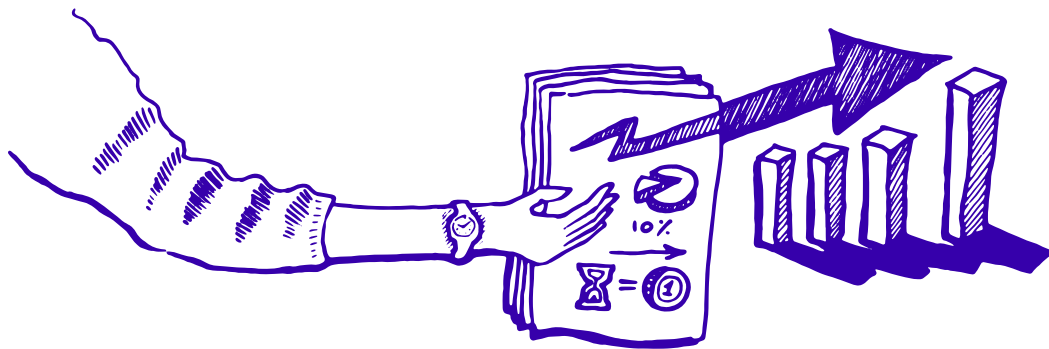
*Kattintson ide az ingyenes próbaidőszak megkezdéséhez!*



## A Revenue Management-ről részletesebben

A Revenue Management egy tág fogalom, amely egyebek mellett adatelemzést, a fogyasztói viselkedés előrejelzését és árazási stratégiák végrehajtását foglalja magában, annak érdekében, hogy a rendelkezésre álló készletünkből a legnagyobb bevételt tudjuk realizálni. Különböző aspektusokat ölel fel, mint például a kereslet előrejelzése, az készletkezelés, az árazás-optimalizálás és az értékesítési csatornák kezelése, beleértve az OTÁ-kat, mint például a Booking.com.

Az utóbbi, sokat használt tételmondat szerintünk kiválóan mutatja be, mi a feladata a Revenue Management-nek: "A megfelelő szobát értékesíteni a megfelelő vendégnek, a megfelelő áron, a megfelelő pillanatban, a megfelelő értékesítési csatornán keresztül - és ezzel biztosítani, hogy a



lehetséges legnagyobb bevételt érjük el.”

Fontos látni, hogy a Revenue Management nem teremt több keresletet egy adott városban vagy régióban, mivel ez nem egy marketingeszköz, viszont segít a rendelkezésre álló keresletből származó bevétel maximalizálásában, és segítheti a szállodát, hogy vonzó áraival nagyobb részarányban vonzza magához a keresletet.

A Revenue Management kiemelkedően fontos része a szobák árazása. Ez optimális esetben dinamikus, segítve a szállodát, hogy folyamatosan versenyképes maradjon az állandóan változó kereslet és a kínálat által meghatározott áraival.

### **Egy jó dinamikus árazás többek között a következőket veszi figyelembe:**

- Foglalási tendenciák és foglalások érkezésének üteme (pick-up): mikor és milyen számban várhatóak a foglalások és hogyan érkeznek valójában.
- Versenytársak pontos meghatározása és folyamatos elemzése, követése (a fő versenytársak nem feltétlenül az Ön szállodájának fizikailag legközelebbi versenytársai!).
- Foglalások forrásai.
- Események és ünnepek az adott régióban vagy országban.
- Az adott szálloda és versenytársainak (online) hírneve.
- Múltbeli adatok (fontos tudni, mikor segít a múltbeli adatok használata, mert sokszor nem!).
- A minimális eladási ár és a különböző dátumokra vonatkozó kezdő értékesítési árak helyes beállítása.

**Ha jó Revenue Management- és árazási stratégiát alkalmazunk**, mindenkor magabiztosan válaszolhatunk **a következő kérdésekre:**

- "Nem árazom-e a szobáimat túl magasra/alacsonyra?"
- "Versenyképesek-e az áraim?"
- "Nem maradok-e le foglalásokról?"
- "Miért értékesítik a versenytársaim a szobákat magasabb/alacsonyabb áron?"
- "Korrekt-e alacsonyabb áron eladni ugyanazt a szobát? Nem bosszantom-e fel a vendégeimet, ezzel elijeszve őket?"
- "Jó ötlet-e az összes szobám eladása hónapokkal a főszezon előtt?"

A technológiai fejlődésben sokszor összemosódnak Revenue Management-tevékenységek és a Revenue Management-szoftverek kínálta funkciók, de mindkettőnek ugyanazok az alapvető céljai. Most nézzük, miért fontos ez a szállodák szempontjából!

## Miért elengedhetetlen a hatékony Revenue Management?

- **Maximalizálja a bevételt.** A Revenue Management stratégiák bevezetésével a szállodák **optimalizálhatják az áraikat** és a szoba-készleteiket annak érdekében, hogy kihasználják a magas keresletű időszakokat és maximalizálják a bevételeiket. Ha a szobákat a lehető legmagasabb áron értékesíti minden nap, akkor érheti el a lehetséges **legnagyobb bevételt**.
- **Versenylőnyt** kínál. A Revenue Management lehetővé teszi a szállodáknak, hogy lépéselőnyben maradjanak a konkurenciával szemben, versenyképes árakat kínálva, miközben maximalizálják a nyereséget. A legmagasabb lehetséges eladási ár természetesen azt jelenti, hogy a piacnak/**keresletnek megfelelően állította be az árakat**, így nem kerül hátrányba a versenytársaival szemben.
- **Javítja és segíti a döntéshozatalt.** A Revenue Management és a Revenue Management-szoftverek **értékes információk** megjelenítését és **adatelemzést** tesznek lehetővé, amelyek segítenek az **informált döntések** meghozatalában, támogatva a megfelelő stratégiai árazási- és értékesítési döntések létrejöttét. Ez azt is jelenti, hogy a szállodavezető nemcsak jó árakat kap az adott pillanatra, de könnyebben **észreveheti** azokat a **piaci mozgásokat** is, amelyek hatással lehetnek a szállodájára, és beépítheti azokat az árazási stratégiájába.
- **Növeli a nyereséget.** Az árak és a szobakészletük értékesítésének optimalizálásával a szállodák növelhetik a nyereséget anélkül, hogy emelkednének az üzemeltetési költségeik. Az árazással kapcsolatos kiadásokra nem szabad újabb költségként tekinteni, mivel az ezekre fordított források gyakran **többszörös megtérülést** hozhatnak a bevételi oldalon - ez **különösen igaz a RoomRaiser szoftver-előfizetés** árazását figyelembe véve.
- Segít a szállodáknak a **piaci változásokhoz alkalmazkodni**. A hatékony Revenue Management stratégia és a Revenue Management-szoftverek lehetővé teszik a szállodák számára, hogy gyorsan alkalmazkodjanak a változó piaci feltételekhez, például a kereslet hirtelen ingadozásaihoz vagy a fogyasztói preferenciák változásaihoz. Az **elmúlt években** a szállodaipar **viharos időszakokat** élt meg, az árakat közvetlenül befolyásolták az emberek pénzügyi életét érintő események. Jobb mindig **felkészülni a hasonló helyzetekre**, nem csak az árazás, hanem az emberi erőforrások terén is.

A Revenue Management tehát a modern szállodai működés kritikus összetevője, ami ugyanúgy igaz a kis és közepes méretű létesítményekre is, amelyek versenyintenzív piacokon szeretnék optimalizálni a bevételeiket és a nyereségüket. A **manuálisan** végzett Revenue Management **bonyolult és költséges**, a **Revenue Management-szoftverek** viszont erőteljes eszközként szolgálnak a folyamatok **egyszerűsítésére és automatizálására**, lehetővé téve a szállodák számára, hogy adat-alapú döntéseket hozzanak, amelyek a vállalkozás sikeréhez vezetnek. A következő fejezetekben mélyebben megvizsgáljuk a Revenue Management-**szoftverek előnyeit**, és felfedezzük a **megfelelő szolgáltató** kiválasztásának kulcsfontosságú szempontjait.

Röviden összefoglalva, **mit is javasolunk** egy kisebb, független szállodának, amely eddig manuálisan próbált dinamikusan árazni, vagy még egyáltalán nem is rendelkezett ehhez elegendő erőforrással?

Először is fektesse le a **Revenue Management alapjait** és dolgozzon ki egy **stratégiát**, amely magában foglalja a következő teendőket:

- *Elemezze és határozza meg versenytársait, majd helyezze el magát közöttük a lokáció, szolgáltatások, ár és (online) hírnév alapján.*
- *Elemezze és próbálja megérteni a vásárlóit és a vásárlási szokásaikat.*
- *Vizsgálja meg a használt és potenciálisan használható értékesítési csatornákat.*
- *Elemezze a múltbeli adatait és azok relevanciáját a jövőre nézve (pl. érdemes-e a tavalyi adatokból feltételezéseket tenni, amikor tavaly nagyobb inflációs/energiakrízis volt, stb.).*
- *Állítson fel egy árazási stratégiát, amely magában foglalja a kiinduló árakat és a minimális árakat is.*

Továbbá javasoljuk, hogy próbáljon meg **találni egy Revenue Management-szoftvert**, mely a lehető legjobban támogatja az árazási stratégiáját. Azoknak a tényezőknek az áttekintése, amelyek segíthetnek a megfelelő szoftver megtalálásában, később kerül bemutatásra ebben az e-könyvben.

Végül kezdje el használni a szoftvert, és **finomhangolja** annak **paramétereit** úgy, hogy a lehető legjobban kövesse a megtervezett stratégiáját. A jól működő Revenue Management rendszer előnyeit később felsoroljuk, de egy dolgot semmiképpen se felejtünk el: időről időre ellenőrizni kell a rendszer teljesítményét és beállításait!

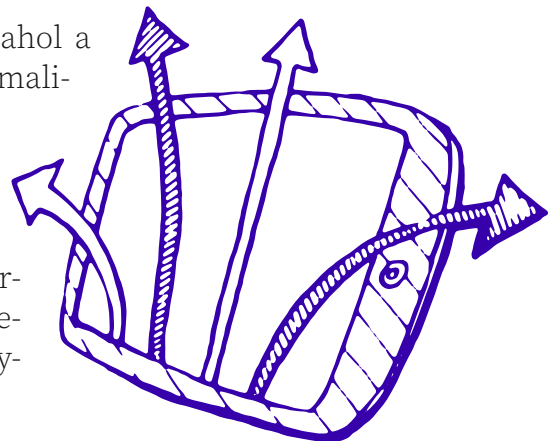
## 2. Revenue Management-Szoftverek: Történetük és eredményeik

A szállodai Revenue Management rendszerek jelentős fejlődésen mentek keresztül az évtizedek során. Amerikai légitársaságok 1980-as évekbeli úttörő fejlesztéseitől a nagy szállodalánccok dominanciájáig folyamatosan változott a kép, mára pedig elérkeztünk oda, hogy már a kis és közepes méretű szállodák is hozzáférhetnek a hatékony Revenue Management eszközökhöz.

A Revenue Management történetét amerikai légitársaságok indították el, amikor dinamikus árazást vezettek be. Ez egy olyan stratégia, amely a kereslet változásaira válaszul ingadozó árakon alapul.

A forradalmi koncepció hamar eljutott a szállodaiparba is, ahol a Revenue Management a nemzetközi hotellánccok profitmaximalizálásának kritikus részévé vált.

A Revenue Management-szoftverek (RMS-ek) hagyományosan a nagy szállodalánccok "játsszóterei" voltak, melyek rendelkeztek elegendő erőforrással ahhoz, hogy bonyolult szoftvermegoldásokba fektessenek. Ezek a rendszerek a kereslet előrejelzéséhez és az árak ennek megfelelő módosításához nagy-





mértékben támaszkodtak múltbeli adatokra és összetett algoritmusokra. Az elmúlt években bekövetkezett technológiai fejlődéssel azonban jelentősen megváltozott a kép. A felhőalapú Revenue Management megoldások új lehetőségeket teremtenek, demokratizálva azokhoz az erőteljes eszközökhöz való hozzáférést, amelyek korábban kizárólag a szállodaipar nagyágyúinak voltak fenntartva. Ezek a modern, böngészőn keresztül elérhető rendszerek zökkenőmentesen integrálódnak a Szállodaüzemeltetési Rendszerekkel (PMS) és a Channel Manager-ekkel, egyszerűsítve a működést és növelve a hatékonyságot. Napjainkban egyre több kis és közepes méretű szálloda kezd el RMS-t használni az árazásuk kezelésére - legtöbbször az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában, de az utóbbi években más régiók is elkezdtek a felzárkózást.

Ezeknek a modern megoldásoknak egyik jellemzője a felhasználóbarát jellegük. Az intuitív és könnyen kezelhető felületeknek köszönhetően lehetővé teszik a különböző méretű szállodák üzemeltetői számára, hogy minimális képzéssel is gyakorolhassák az adatalapú döntéshozatalt. A havi előfizetési modellek rugalmasságot és skálázhatóságot kínálnak, kielégítve a szállodaipar változatos igényeit.

A transzparencia és a kontroll ezekben a rendszerekben kulcsfontosságúak, biztosítva, hogy a szálloda üzemeltetői átláthassák és irányíthassák az árazási stratégiájukat. A felhasználó hotelek támogatására összpontosítva ezek a platformok olyan lehetőségeket és ügyféltámogatást kínálnak a zökkenőmentes integráció és az optimális használhatóság megkönnyítésére, mint például az ingyenes próbaidőszak és az erős vevőszolgálat.

### **Hogyan is működnek tehát a csúcstechnológias Revenue Management-rendszerek?**

A folyamat három fő lépésre egyszerűsíthető:

- 1. Adatgyűjtés:** A szoftver összegyűjti az árakat és a keresletet befolyásoló adatokat mind belső, mind külső forrásokból. A PMS-ből származó belső adatok magukban foglalják az olyan mutatókat, mint a foglaltsági arányok, a foglalások érkezési üteme és a foglalási ablakok. A külső piaci adatok között vannak a versenytársak és közeli szállodák árai, és akár alternatív szálláshelyeké is, mint például az Airbnb-k. Emellett az előrejelzett rendezvények és ünnepek is bekerülnek annak érdekében, hogy átfogó képet kapjunk a piaci dinamikáról.
- 2. Az árazás számítása:** A szoftver kifinomult algoritmusokat felhasználva elemzi az összegyűjtött adatokat, hogy optimális árazási javaslatokat állítson elő. Ezeket a számításokat finomhangolják a szálloda specifikus beállításai és preferenciái alapján, hogy azok összhangban legyenek a stratégiai célokkal.
- 3. Árak frissítése:** Miután az árazási döntéseket meghoztuk, az árak zökkenőmentesen frissülnek a szálloda PMS-ében vagy Channel Manager-ében. A szállodák rugalmasságot kapnak az auto-pilóta üzemmód vagy az árak saját maguk által felülvizsgált választásában és feltöltésében. Az előbbi esetben az árazási módosítások automatikusan végrehajtásra kerülnek, utóbbi esetben pedig a felhasználók megtekinthetik az ajánlásokat és szükség szerint manuálisan módosíthatják azokat. Ez a rugalmasság biztosítja, hogy a szállodák kontrollal rendelkezzenek az árazási stratégiájuk felett, hiszen igény esetén lehetőség van az ajánlások felülbírálására vagy fix árak beállítására.



Összefoglalva, a modern Revenue Management rendszerek lehetővé teszik a szállodák számára, hogy magabiztosan és precízen navigáljanak az árazási dinamikák bonyolult világában. Releváns adatok és intuitív felületek felhasználásával ezek a megoldások óriási előrelépést jelentenek a szállodaiparban a nyereségesség és fenntarthatóság felé vezető úton.

### 3. A Revenue Management-szoftverek előnyei

Napjaink kiélezett versenyében a kis és közepes méretű szállodáknak folyamatosan módot kell találniuk arra, hogy optimalizálják bevételi forrásaikat és növeljék nyereségességüket. A Revenue Management-szoftverek olyan eszközként jelentek meg, amelyek segítenek a szállodáknak ezen célok elérésében. Ebben a fejezetben felfedezzük **a Revenue Management-szoftverek különféle előnyeit**, amelyek némi párhuzamot mutatnak az előző fejezettel, hiszen ez még mindig Revenue Management, csak **egyszerűbbé és sokkal olcsóbbá** vált. :)

#### A bevételi potenciál maximalizálása:

A Revenue Management-szoftverek egyszerűen fogalmazva lehetővé teszik a szállodáknak, hogy maximalizálják bevételi potenciáljukat azáltal, hogy dinamikus árazási stratégiákat alkalmaznak - többé-kevésbé automatikusan - valós idejű keresleti és piaci feltételek alapján. A múltbeli adatok, az aktuális foglalási trendek és a versenytársak árazásának elemzése révén a szoftver optimális szobaárakat javasol a bevétel maximalizálása érdekében a csúcsidőszakokban, és a veszteségek minimalizálása érdekében az alacsony keresletű időszakokban.

Remek példa erre az egyik **RoomRaiser felhasználó**, aki **19%-os bevételnövekedést** ért el a január-február téli szezonban, miközben korábban is rendelkezett többé-kevésbé megfelelő árazási gyakorlatokkal - bár az még egy manuális árazás volt.

“Tehát pontosan mit is jelent ez, ha egy 55 szobás szállodánk van, az éves foglaltsági arányunk 70%, és egy átlagos napi árunk (ADR) 140 euró?”

A 19%-os bevételnövekedés éves szinten körülbelül 368 700 eurót jelent, míg a szoftver költsége havi szinten 380 euró körül mozog! És akkor ne is beszéljünk azon munkaóráról, amelyeket megtakarít, ezeket pedig mind olyasmire fordíthatja, ami sokkal fontosabb: ...a vendégeire. :)

*Kattintson ide az ingyenes próbaidőszak megkezdéséhez!*



#### A szobaárak optimalizálása:

A Revenue Management szoftver egyik fő funkciója az, hogy optimalizálja a szobaárakat annak érdekében, hogy a szálláshely a lehető legnagyobb bevételt generálja. A szoftver fejlett algoritmusokat és árazási modelleket használ, annak érdekében, hogy dinamikusán állítsa be a szobaárakat olyan tényezők alapján, mint a kereslet, a szezonális, a foglalás előzetes időpontja és a vendégpreferenciák. Ez a dinamikus árazási megközelítés lehetővé teszi a szállodáknak, hogy teljes

mértékben kihasználják szobakészletük értékét, és növeljék a rendelkezésre álló szobák árából származó bevételt (RevPAR). Természetesen mindezt **manuálisan** is megtehetnék, csak **sokkal lassabban** és sokkal **kisebb hatékonysággal**. Így azt jánljuk, hogy maradjanak a **RoomRaiser** mellett. ;)

## A kereslet előrejelzése

A hatékony Revenue Management szempontjából a kereslet pontos előrejelzése kulcsfontosságú, különösen a kis és közepes méretű szállodák esetében, amelyeknek korlátozottabb a szobakészlete. A Revenue Management-szoftverek a múltbeli foglalási adatokat, a piaci trendeket és a prediktív analitikát használják fel a jövőbeli kereslet pontos előrejelzésére. A keresleti mintázatok és trendek megértésével a szállodák előzetesen módosíthatják az árazási és készlet-stratégiájukat annak érdekében, hogy kihasználják a bevételi lehetőségeket, és minimalizálják a bevételkiesést. Ilyen esetekben érdemes **helyet hagyni a manuális beavatkozásnak** is, mivel olyan egyedi információkba is belefuthatunk, amelyek befolyásolhatják az árazási stratégiákat; ez az **opció** elérhető **a RoomRaiserben** is.

## A döntéshozatal javítása:

A Revenue Management-szoftverek értékes információkkal és adatelemzéssel segítik a szálloda-üzemeltetőket a tájékozott döntéshozatalban. A szoftver átfogó jelentéseket és infografikákat generál, amelyek betekintést nyújtanak a kulcsfontosságú teljesítmény-mutatókba, például a foglaltsági arányokba, az átlagos napi árba (ADR), a rendelkezésre álló szobák árából származó bevételbe (RevPAR), és a bevétel piaci szegmensek szerinti arányaiba. Ezek az értékes információk lehetővé teszik a szállodavezetők számára, hogy olyan stratégiai árazási és értékesítési döntéseket hozzanak, amelyek optimalizálják a bevételt és a nyereséget. Mint ahogyan azt az előző bevezetőben említettük, a Revenue Management-gyakorlatok (és a megfelelő Revenue Management-szoftverek) alkalmazásával nemcsak az aktuális árazás javul, hanem az árazási stratégia is új szintre léphet.

## A hatékonyság javítása:

Az automatizáció a Revenue Management szoftverek egyik kulcsfontosságú jellemzője, amely javítja a működési hatékonyságot és csökkenti a manuális munka mennyiségét. A szoftver automatizálja az ismétlődő feladatokat, például az árfrissítéseket, lehetővé téve a szálloda személyzetének, hogy más teendőkre koncentráljon. A Revenue Management folyamatok egyszerűsítésével a szállodák hatékonyabban működhetnek, ami növeli a termelékenységet és a nyereséget, nem beszélve a szektorra hatást gyakorló folyamatos **munkaerőhiányról**, amelyet szintén **enyhít az automatizálás**.

Összefoglalva, a Revenue Management szoftverek számos előnyt kínálnak a kis és közepes méretű szállodáknak, ideértve a bevételi potenciál maximalizálását, a szobaárak optimalizálását, a kereslet pontos előrejelzését, a döntéshozatal támogató eszközök biztosítását és az operatív hatékonyság javítását. A Revenue Management szoftverek képességeinek kihasználásával versenyelőnyre tehet szert a piacon, és elérheti a fenntartható bevételnövekedést. Mindezek miatt az ára-



zásban segítségül szolgáló szoftver kiválasztása különösen fontos.

*"A RoomRaiserrel sikeresen áttértünk a valóban dinamikus árképzésre. Ez egy valódi digitális megoldás, amelyet megfizethető áron kínálnak, és amely kiváló eredményeket hoz."*

A következő fejezetekben részletesebben foglalkozunk a megfelelő Revenue Management szoftver szolgáltató kiválasztásának fő szempontjaival.

## 4. A legjobb Revenue Management szoftver kiválasztása

A megfelelő Revenue Management-szoftverszolgáltató kiválasztása kulcsfontosságú döntés minden olyan szálloda számára, amelyik szeretné optimalizálni bevételeit és növelni nyereségét. A piacon számos lehetőség áll rendelkezésre, ezért fontos, hogy a szállodaüzemeltetők gondosan mérlegeljék igényeiket és céljaikat a választás előtt. Ebben a fejezetben megvitatjuk azokat a fő szempontokat, amelyeket érdemes szem előtt tartani, **mielőtt** szállodánk számára Revenue Management-szoftvert **választanánk**.

### Az igények és célok felmérése:

Mielőtt kiválasztaná a Revenue Management-szoftverszolgáltatót, érdemes felmérni a konkrét igényeket és célokat. Ennek részeként azonosítani kell a szállodát érintő egyedi kihívásokat és lehetőségeket, mint például a szezonális, a piaci kereslet, a versenyhelyzet és a célcsoport demográfiája. Ezen a **konkrét követelmények** megértésével szűkíthetők a lehetőségek, és üzleti céljaival összhangban választhat szoftverszolgáltatót. **Nem feltétlenül a nagy szállodaláncok által használt rendszer** a legjobb választás, még akkor sem, ha megengedheti magának.

### Kompatibilitás és integráció:

A Revenue Management szoftvernek kompatibilisnek és zökkenőmentesen integrálnak kell lennie a szálloda által használt egyéb rendszerekkel és szoftverekkel, mint például a szállodaüzemeltetési rendszerek (PMS), központi foglalási rendszerek (CRS) és channel manager-ek. Az integráció biztosítja az adatok zökkenőmentes áramlását és az információk valós idejű szinkronizálását a különböző platformok között, lehetővé téve a pontos árazást és a készletkezelést. Ezek mind hozzájárulnak az automatizáció megbízható és pontos működéséhez.

A RoomRaiser zökkenőmentesen működik együtt a Previo PMS-sel.

Kattintson ide, ha szeretne több információt kapni a két rendszer együttes működéséről.



## Felhasználóbarát kezelőfelületek:

Elfogadásuk és hatékonyságuk szempontjából a Revenue Management-szoftverek könnyű használhatósága és felhasználói felülete kulcsfontosságú. Olyan intuitív és könnyen kezelhető szoftvert érdemes keresni, amelyek rendelkeznek testreszabható vezérlőpultokkal, interaktív jelentésekkel és felhasználóbarát navigációval. Az egyszerűen használható felület hatékony döntéshozatalt tesz lehetővé, és csökkenti a szálloda személyzetének betanulási idejét. A RoomRaiser kialakítása során jelenlegi és **korábbi szállodavezetők visszajelzéseit** is figyelembe vettük, nem beszélve az iparágban szerzett **saját tapasztalatainkról**.

## Ár és megfizethetőség:

A költség fontos tényező, amikor Revenue Management-szoftvert választunk, különösen a korlátozott költségvetésű kis és közepes méretű szállodák esetében. Érdemes megvizsgálni különböző szoftverszolgáltatók árazási struktúráját, ideértve az előre fizetendő költségeket (ha vannak), a havi előfizetési díjakat és a prémium funkciók vagy támogatási szolgáltatások esetleges további díjait. Fontos figyelembe venni a szoftver hosszú távú értékét és megtérülését (ROI), nem csak a bevezetési költségekre összpontosítani. Előre fizetendő költségekkel kapcsolatban jó tudni, hogy a RoomRaiser esetében nincs ilyen, a rendszer ingyenesen kipróbálható!



*"A RoomRaiser-t nagyon ajánlom minden online csatornákon jelenlévő szállodának! Azok számára, akik már régóta ki akarták próbálni a dinamikus árazást, de eddig nem volt rá kapacitásuk, ez egy nagyszerű megoldást kínál. A rendszer ára pedig csak töredéke annak, amit a tanácsadó cégek kérnek!"*

## Ügyfélszolgálat és betanítás:

Az hatékony ügyféltámogatás és képzés minden szállodaüzemeltetési szoftver sikeres bevezetésében és felhasználásában alapvető fontosságú. Mindig érdemes érdeklődni a szoftverszolgáltató által nyújtott támogatási szint után, ideértve a képzési lehetőségeket, a technikai segítségnyújtást és a folyamatos ügyféltámogatást. Egy gyorsan reagáló és szakértő támogató csapat gyorsan megoldhatja az esetleges problémákat, és biztosíthatja, hogy a szálloda személyzete felkészült legyen a szoftver előnyeinek maximális kiaknázására.

Általában **a RoomRaiser ügyfelei** nem igényelnek sok segítséget, de az eddigi bevezetésekkel kapcsolatos konzultációkról nagyon **pozitívan nyilatkoztak**.

*Olvasson felhasználóink tapasztalatairól a cikkünkben!*



Összefoglalva, a megfelelő Revenue Management szoftver kiválasztása alapos megfontolást igényel olyan tényezők tekintetében, mint a szálloda igényei és céljai, a kompatibilitás és integráció, a felhasználóbarátság, az árazás, valamint az ügyféltámogatás és a képzések. Ezeknek a kulcsfontosságú tényezőknek az értékelésével és olyan szoftverszolgáltató kiválasztásával, amely össz-

hangban van szállodája céljaival, Revenue Management-folyamatait hatékonyan optimalizálhatja, és elősegítheti vállalkozása sikerét. A következő fejezetekben megvizsgáljuk a Revenue Management-szoftverek **bevezetésére vonatkozó stratégiákat** és a gyakori **nehézségek megoldásait**.

Mi, a RoomRaiser-nél **büszkék vagyunk** arra, hogy olyan értékes szállodaipari **szakmai tanácsokat** nyújtunk ügyfeleinknek, melyekkel a szoftver **paramétereinek beállítása** és a **versenytársak meghatározása** sokkal **könnyebb** lesz! Ráadásul **alapos ismeretekkel** rendelkezünk a Közép- és Kelet-európai **régióról**, és **ügyféltámogatásunk** is kiváló! :)

## 5. Bevezetés

A Revenue Management-szoftver bevezetése stratégiai lépés, amely gondos tervezést, hatékony kommunikációt és proaktív részvételt igényel minden érintett fél részéről. Ebben a fejezetben bemutatjuk az új Revenue Management-szoftver **sikeres bevezetésében** kulcsfontosságú **stratégiákat** és jól bevált gyakorlatokat.

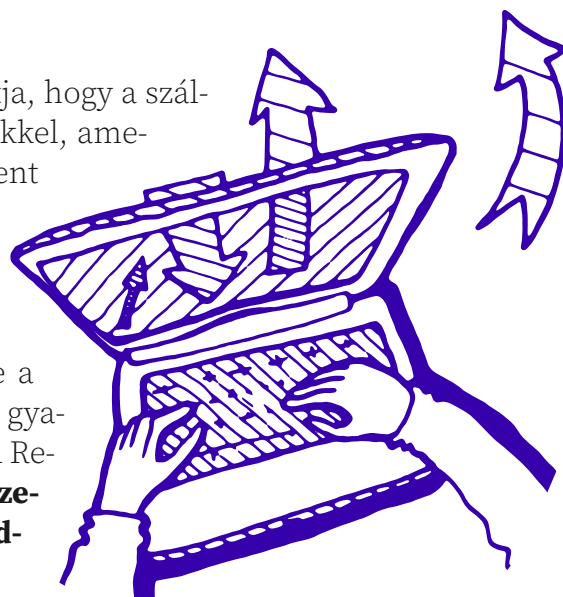
### Tervezés:

A hatékony tervezés elengedhetetlen. A bevezetési folyamatban egyértelműen meg kell határozunk a célokat, ideértve az időkereteket, mérföldköveket és a sikert mérő kulcsfontosságú mutatókat (KPI-kat). Fontos, hogy bevonjunk minden érintettet, ideértve a szálloda vezetését, Revenue Manager-t (ha van), recepciós személyzetet és informatikai személyzetet. Egy kisebb szállodában persze ezek a munkakörök nem feltétlenül léteznek, ami nem probléma, részben emiatt is hoztuk létre a RoomRaisert. A jobb működés és az érintettek általi könnyebb befogadás érdekében fontos az új szoftver **bevezetésének minden dimenzióját** megvizsgálni.

### A személyzet képzése:

A képzés a bevezetési folyamat kritikus része, mivel biztosítja, hogy a szálloda személyzete rendelkezzen azzal a tudással és készségekkel, amelyekkel hatékonyan tudják használni a Revenue Management szoftvert.

Átfogó képzésben kell részesülniük a személyzet azon tagjainak, akik részt vesznek a Revenue Management-ben - ideértve a recepciós személyzetet, Reservation Manager-eket és Revenue Manager-eket. A képzésnek le kell fednie a szoftver kulcsfontosságú funkcióit, az árazás terén bevált gyakorlatokat, valamint a gyakori problémák hibaelhárítását. A Revenue Management szoftverek **elsősorban szakértői rendszerek**, tehát azok, **akik eleve értik** a szállodai árazást, **jobb ered-**



**ményeket** érhetnek el velük. Ez azonban **nem jelenti azt**, hogy azok, akik nem jártasak az árazásban, **nem szerezhetik meg** ezeket a gyakorlatokat. A **RoomRaiser** csapata is **támogatja Önt** ebben.

*Kattintson ide az ingyenes próbaidőszak megkezdéséhez!*



## A kezdeti kihívások leküzdése:

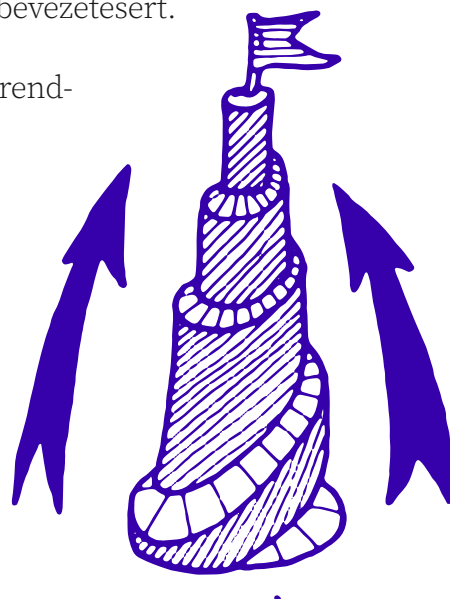
Az új szoftver bevezetése különféle kihívásokkal járhat, például a változással szembeni ellenérzések, technikai problémák és adatintegrációs problémák. Ezeket a kihívásokat proaktívan kell kezelni a szállodában, megfelelő technikai támogatás és erőforrások biztosításával, valamint szoros együttműködéssel a szoftverszolgáltatóval az esetlegesen felmerülő problémák megoldása érdekében. Hatékony kommunikáció és rendszeres frissítések elengedhetetlenek az érdekeltek tájékoztatásához és bevonásához az implementációs folyamat során. Ezt mi is rendkívül fontosnak tartjuk, mivel minden szálloda másmilyen. Lehet, hogy negatív tapasztalatai voltak a korábbi árazási rendszerekkel, amelyek esetleg hiányos beállításokból eredtek. A RoomRaiserben **szívesen fogadjuk a kihívásokat**, és **együtt dolgozunk minden ügyfelünkkel** az optimális árazási stratégiák megtalálásán, amelyek könnyen követhetőek az első néhány (néha kihívást jelentő) hét után.

## A rendszer felügyelete és értékelése:

Miután bevezetésre került a Revenue Management-szoftver, fontos folyamatosan figyelni és értékelni annak teljesítményét annak érdekében, hogy biztosítsuk, hogy az elvárt eredményeket hozza. A szállodavezetőknek rendszeresen felül kell vizsgálniuk a kulcsfontosságú teljesítménymutatókat - mint például a bevétel, a foglaltsági arányok, az átlagos napi ár (ADR) és a bevétel nagysága az értékesíthető szobákra vetítve (RevPAR) - annak érdekében, hogy értékeljék a szoftver és az alkalmazott árazási stratégia hatékonyságát. Ezenkívül a személyzet és a vendégek visszajelzése is értékes betekintést nyújthat az alkalmazott szoftver használatának optimalizálásához és finomhangolásához. Mindez rendkívül értékes visszajelzés a szoftverszolgáltató számára is.

Egy RMS rendszer **sikeres bevezetése alapos tervezést**, hatékony képzést, proaktív részvételt kíván az érdekelt felektől és folyamatos **utánkövetést** és értékelést igényel. A megosztott egyszerű **tippek követésével** sokat tehet Ön is a sikeres bevezetésért.

A következő fejezetekben a gyakori **kihívások legyőzésére** és az RMS rendszer **előnyeinek maximalizálására** irányuló stratégiákat részletezzük.



## 6. Hosszú távú befektetés RMS rendszerbe

Az RMS rendszer bevezetése a szállodák számára nem csak rövid távú megoldás; stratégiai befektetést jelent a vállalkozás jövőbeli sikerének és nyereségességének érdekében. Ebben a fejezetben feltárjuk azokat az különböző okokat, amiért a Revenue Management-szoftver megtérülő hosszú távú befektetés lehet.

### Költséghatékonyság:

Bár felmerülhetnek kezdeti költségek a Revenue Management-rendszer bevezetésével kapcsolatban, a hosszú távú előnyök túlsúlyban vannak a kezdeti befektetéssel szemben. A Revenue Management szoftver segít a szállodáknak maximalizálni a bevételi potenciált és idővel javítani a nyereségességet az árazás és az szobakészlet-kezelés optimalizálásával. Az általa generált növekvő bevétel minden esetben bőven túlszárnyalja a kezdeti költségeket, így hosszú távon költséghatékony befektetésnek bizonyul. Egyszerűen fogalmazva, valószínűleg **sokkal többet nyer**, mint **amennyit fizet a szoftverért**. Érdekességképpen, a **RoomRaiser-nél nincsenek kezdeti díjak**, és egy hónapig **teljesen ingyen** kipróbálhatja a rendszert.

### Skálázhatóság:

Egy jó RMS-rendszer kialakításánál figyelembe veszik a szállodák méretének eltérését, így kis és közepes méretű szállodák, valamint nagyobb létesítmények számára is alkalmas. Ahogy a szálloda bővül és esetleg új szobákat vagy egy épületet nyit, a szoftver képes kezelni a növekvő keresletet és összetettséget, biztosítva ezzel a Revenue Management-folyamatok további hatékonyságát.

### Jövőbiztos szálloda:

A mai változékony turizmusban alkalmazkodni kell az állandóan változó piaci körülményekhez, a fogyasztói preferenciákhoz és a technológiai fejlődéshez azért, hogy versenyképesek maradjunk. Az RMS-rendszerek lehetővé teszik a piaci változásokra való gyors reagálást. Az adatelemzés és a prediktív modellezés segítségével a szoftver lehetővé teszi, hogy előre jelezzük a trendeket, és proaktív döntéseket hozzunk - melyekkel a versenytársak előtt maradhatunk.

### Javított döntéshozatal:

Egy jó RMS értékes információkat és adatelemzést biztosít az Ön számára. A múltbeli adatok, piaci trendek és versenytársak árazásának elemzésével stratégiai árazási és készletkezelési döntéseket hozhat, amelyek optimalizálják a bevételt és a nyereséget. Az idő múlásával a szoftver elengedhetetlen eszközzé válik a stratégiai tervezés és döntéshozatali folyamatok irányításában, ami hosszú távú növekedéshez és sikerhez vezet.



## Javuló vendégélmény:

A Revenue Management szoftver céljai között nem utolsó sorban az is szerepel, hogy javítsa az általános vendégélményt - miközben bevételt és a nyereséget maximalizál.

Az árazás és a készletkezelés optimalizálásával versenyképes árakat és elérhetőséget kínálhatunk, ami a vendégelégedettséget növeli és hűséget eredményez. Egy pozitív vendégélmény nemcsak visszatérő üzletet generál, hanem jó hírnevet is, ami a szállodák esetében is az egyik legértékesebb dolog, így hozzájárul a hosszú távú sikerhez. A **RoomRaiser bevezetések**or, az árak beállításán kívül, kollégáink értékes információkat is nyújtanak a **vi**sszajelzések kezelésével kapcsolatban, mert **a megfelelő árazás nem az egyedüli kulcs** a sikerhez.

*Kattintson ide az ingyenes próbaidőszak megkezdéséhez!*



## 7. Revenue Management szoftver vagy tanácsadók: mi a jobb az Ön számára?

A Revenue Management területén gyakran dönteni kell a Revenue Management szoftver bevezetése és a Revenue Management tanácsadókkal vagy konzulensekkel való együttműködés között. Mindkét megközelítésnek vannak előnyei és hátrányai, és ebben a fejezetben részletesen áttekintjük a két lehetőséget, hogy segítsünk Önnek tájékozott döntést hozni.

### Az automatizálás csapata: RoomRaiser

Fontos hangsúlyozni, hogy kezdetben a RoomRaiser-nél tanácsadási szolgáltatásokat is nyújtottunk, ahol átvettük a szállodától a teljes árazást, vagy átfogó auditokat végeztünk a szoftver bevezetése előtt. Idővel észrevettük, hogy megfelelő, minimális támogatással ügyfeink képesek saját maguk megoldani ezeket a feladatokat. Ezért ma már inkább arra összpontosítunk, hogy megtanítsuk őket jól használni a szoftvert, és az automatizálás felé vezessük őket.

Az emberi munka a legdrágább erőforrás, amely igaz az hotelszektorra is, ezért különösen fontos ezt minimalizálni - a kis- és közepes méretű szállodák esetében ez kiemelten fontos. Mivel mi Revenue Managementtel foglalkozunk, a célunk végül is az, hogy ügyfeink növeljék a bevételüket és csökkentsék a költségeiket.



### Költségelemzés

Egy RMS bevezetése kezdetben általában befektetést igényel (ha kiadásban nem is, néhány rá-

fordított munkaórában mindenképpen), valamint folyamatos előfizetési díjakat jelent. Másrészt, a Revenue Management-tanácsadókkal való együttműködés tanácsadási díjakat vagy bevétel-megosztási megállapodásokat von maga után. Mindig végezzen alapos költséganalízist, hogy össze tudja hasonlítani a két lehetőség hosszú távú teljes költségeit.

## Az ellenőrzés lehetőségei

Az RMS közvetlen irányítást biztosít az árazási és készletkezelési döntések felett. Használatával testre szabhatja az árazási stratégiákat, igazíthatja az árakat a kereslet alapján, és valós időben figyelemmel kísérheti a teljesítményt. Ezzel szemben, a tanácsadókkal való együttműködés magában foglalja, hogy a kontroll egy részét külső szakértőknek adja át, akik szakértelmük és elemzéseik alapján ajánlásokat tesznek, vagy azonnal végre is hajtják azokat. Természetesen a **szoftvernek** is van bizonyos **autonómiája**, különösen akkor, ha **automatikus üzemmódban** működik. Ez olyan, mintha önvezető autóval közlekedne tempomattal és sávtartóasszisztenssel. Ha úgy gondolja, **bármikor beavatkozhat**, de ha valaki lelassul Ön előtt, az önvezető is lassítani fog.

## Testreszabhatóság

A tanácsadók melletti egyik érv a rugalmasság, azonban az RMS is magas szintű testreszabhatóságot kínál, lehetővé téve az árazási és készletkezelési stratégiák egyedi igények és célok szerinti beállítását. A felhasználó megadhatja a paramétereket, szabályokat állíthat be, és az egyedi piaci körülmények és üzleti célok alapján személyre szabott stratégiákat alkalmazhat. A tanácsadókkal való együttműködés egyedi ajánlásokat kínál, amelyek általában az iparági legjobb gyakorlatok tágabb megértésén alapulnak, nem pedig a szálloda sajátosságain.

## Pontosság és szakmai információk

A Revenue Management-szoftver adatelemzésre és algoritmusokra támaszkodik annak érdekében, hogy pontos kereslet-előrejelzéseket, árazási ajánlásokat és teljesítményelemzéseket nyújtson. A szoftver összegyűjti az adatokat különböző forrásokból, ideértve a múltbeli foglalásokét, a piaci trendeket és a versenytársak árazását is, hogy ezekből olyan használható információkat generáljon, amelyekből azonnali döntéseket lehet hozni. Bár a Revenue Management tanácsadók értékes szakértelmet nyújtanak, ajánlásaik nem mindig alapulnak a legfrissebb vagy legátfogóbb adatokon, és ha a munkájuk során szoftvert használnak - ami valószínűleg elkerülhetetlen -, a szolgáltatási díjba ezek költségei is beleszámítanak.

A Revenue Management-szoftver és a tanácsadók közötti választás végső soron attól függ, hogy a szálloda konkrét igényei és erőforrásai milyenek. Az RMS közvetlen irányítást, testreszabást, adatpontosságot és hosszú távú költséghatékonyságot kínál. Lehetővé teszi a Revenue Management kézben tartását és az adatalapú döntések meghozatalát. Másrészről, a Revenue Management tanácsadókkal való együttműködés hozzáférést biztosít a szakértői tanácsadáshoz és az iparági legjobb gyakorlatokhoz, bár jellemzően sokkal magasabb költséggel és kevesebb közvetlen irányítással jár.

## 8. A legjobb döntés az Ön szállodájának

Ebben a útmutatóban megpróbáltuk felfedezni a Revenue Management-szoftverek világát és jelentőségüket a kis és közepes méretű szállodák számára. A Revenue Management alapjainak megértésétől kezdve a szoftvermegoldások előnyeinek értékeléséig és azok összehasonlításáig a tanácsadókkal, számos fontos témát érintettünk annak érdekében, hogy a szállodavezetők megalapozott döntéseket hozhassanak.

### A legfontosabb tanulságok:

- A Revenue Management kulcsfontosságú a bevétel és a nyereség maximalizálásához.
- A Revenue Management-szoftverek számos előnyt kínálnak, beleértve a dinamikus árazást, a kereslet előrejelzését és a döntések minőségének javítását.
- Amikor a Revenue Management-szoftvert választja, fontos figyelembe vennie olyan tényezőket, mint a kompatibilitás, a felhasználóbarát jelleg, az árképzés és az ügyféltámogatás mértéke és minősége.
- A Revenue Management-szoftver bevezetése gondos tervezést, hatékony képzést és minden érintett résztvevő proaktív részvételét igényli.
- A Revenue Management-szoftver hosszú távú befektetést jelent a szállodák jövőbeli sikerének biztosításában.

### Azonnal végrehajtható ajánlások:

- Értékelje szállodája konkrét igényeit és céljait annak meghatározása érdekében, hogy melyik Revenue Management-megoldás a legmegfelelőbb vállalkozása számára.
- Keresse meg és hasonlítsa össze a Revenue Management szoftver szolgáltatókat olyan tényezők alapján, mint a kompatibilitás, a felhasználóbarát jelleg, az árképzés és az ügyféltámogatás.
- Készítsen bevezetési tervet és biztosítson alapos képzést az érintett munkatársaknak, akik részt vesznek a Revenue Managementben.
- Rendszeresen figyelje és értékelje ki a Revenue Management szoftver teljesítményét, hogy biztosítsa az elvárt eredményeket.
- Tekintse a Revenue Management szoftvert hosszú távú befektetésnek szállodája jövőbeli sikerének és nyereségességének biztosításában.

Köszönjük, hogy elolvasta ezt a útmutatót, és sok sikert kívánunk Önnek a Revenue Management területén! Válassza a RoomRaiser-t, és emelje a árazási stratégiáját magasabb szintre!

Kattintson a részletekért! 

## RoomRaiser referenciák

A következőkben olvashatja legújabb **interjúkat**, ahol két **RoomRaiser felhasználó** osztja meg tapasztalatait az elmúlt időszakról.

A RoomRaiser szoftver, amely a dinamikus árazást segíti, 2023 júliusában került piacra. Azóta egyre több szálloda kezdi el használni a rendszert, amely kifejezetten a kis és közepes méretű szálláshelyek számára lett kifejlesztve. Megvizsgáltuk a tapasztalatokat és az eredményeket az elmúlt időszakban.

Mint ahogy az digitális megoldások esetében általában szokás, a RoomRaiser használatának céljai között is az alábbiak szerepelnek:

- *Növekvő bevétel*
- *Befektetett munkaórák csökkentése*
- *Nagyobb pontosság kevesebb emberi hibalehetőséggel*

Ezek közül a bevételnövekedés talán a legkönnyebben mérhető, ezért ez az írás elsősorban erre az aspektusra összpontosít. Elemeztük az összes felhasználónk eredményeit, és megállapítottuk, hogy a bevételnövekedés az elmúlt néhány hónapban **15% és 45% között** mozgott.

A következő részben szeretnénk bemutatni a RoomRaiser használatának előnyeit két ügyfelünk, az [AR Forte Apartments](#) (Central Capital Apartments) és a [Panoráma Hotel Noszvaj](#) tapasztalatain keresztül.

### AR Forte Apartments, Gozsdu udvar és környéke, Budapest

Az AR Forte Kft. 41 apartmant üzemeltet Budapesten, a Gozsdu udvarban és annak környékén. **Kozsuch Ádámot**, az üzemeltetési igazgatót, a RoomRaiserrel kapcsolatos tapasztalatairól kérdeztük (Ádám és csapata **2023 októbere óta** használja a szoftverünket).

#### A kihívás

"A környéken erős a verseny, és a dinamikus árazás ma már nélkülözhetetlen. Azonban az egyre növekvő apartmanszámunk és a sok verseny társ miatt a manuális árazás kivitelezése gyakorlatilag lehetetlen és sok időt emészt fel. Egy professzionális árazási stratégia kialakítása és következetes végrehajtása rendkívül összetett feladat." Az átlagos kihasználtság Ádáméknál alacsony volt, és gyakran csak későn vették



észre, hogy magasabb áron is értékesíthették volna a szobákat a növekvő kereslet miatt, így elszá-  
lasztottak jelentős bevételi lehetőségeket.

## Kezdetek a RoomRaiser-el

"A Previo PMS-t használjuk, és ők ajánlották a RoomRaisert. Volt egy megbeszélésünk velük, ahol szakmai szempontból meggyőzőek voltak, és az ígéretek nagyon vonzónak tündek. Úgy gondol-  
tuk, hogy kipróbáljuk az ingyenes próbaidőszakot, meglátjuk, mit tudnak, nem veszíthetünk  
semmit! :) Az árak optimalizálása és a munkaórák megtakarítása nagyon ígéretesnek hangzott!"

A közös munka

"A rendszerek (Previo és RoomRaiser) összekötése és integrálása néhány napig tartott. Gyakorla-  
tilag egy ingyenes szakmai tanácsadást is kaptunk versenytársak elemzésével kapcsolatban, ami  
nagyon hasznosnak bizonyult." A következő egy-két hét az árak finomhangolásával telt. "Azóta a  
rendszer használata egyértelmű és könnyű, miközben a versenytársak árainak folyamatos moni-  
torozásával és az áraink kézi kiszámításával kapcsolatos feladatok gyakorlatilag megszűntek."

## Az eredmények

2023. november elejétől 2024. február végéig a foglaltság **25%-kal nőtt** az előző év azonos idősza-  
kához képest, míg a bevétel **19%-kal emelkedett**. "Ezek alapján izgatottan várjuk, hogy a Room-  
Raiser mit érhet el szezonban! Egy nem számszerűsíthető eredmény még, hogy mindig nyugod-  
tan lehetünk, tudva, hogy az árak mindig rendben vannak. Nyugodtan alszunk! :)"

## Panoráma Hotel Noszvaj

A Panoráma Hotel Noszvajban **Kovács-Muhel Ágnes** és csapata **2023 júliusa óta** használja a  
RoomRaisert. A múltban már dolgoztak egy külső tanácsadó céggel, és megpróbálták bevezetni a  
dinamikus árazást a 45 szobájukra. Korábban interjút készítettünk Ágnessel, ami itt olvasható.



## A kihívás

"Online foglalási arányunk évente 50-60% között mozog, ami kiemelkedően fontos bevételi forrás  
számunkra. A dinamikus árazás folytatása számunkra fontos volt, de egyidejűleg a költségek csök-  
kentését és a minőség javítását is céloztuk. Egy valódi, jól működő digitális megoldást kerestünk."

## Kezdetek a RoomRaiser-el

"A Previo PMS csapat ajánlása alapján döntöttünk  
úgy, hogy kipróbáljuk a rendszert. Dáviddal és csa-  
patával folytatott megbeszélés után meggyőződ-  
tünk a szoftver és az árazási stratégia haté-  
konyságáról." Mint az AR Forte Apartments





esetében, a Previo PMS és a RoomRaiser közötti integráció itt is előnyösnek bizonyult. További részletekért arról, hogyan működik együtt ez a két rendszer, *kattintson ide!*



## A közös munka

"A RoomRaiser azt nyújtja, amit ígér: az áraink folyamatosan versenyképesek maradnak, és gyakorlatilag elfelejthetjük a versenytársak figyelését, mert a RoomRaiser ezt intézi helyettünk. A RoomRaiser csapata szakmai hozzáadott értéket is ad, és mindig megfelelő támogatást kapunk, ha kérdéseink vannak. A beállítást szakmai segítséggel végeztük, szállodánk egyedi jellemzői alapján. A rendszerek közötti integráció jól működik, és a szoftver még kezdők számára is könnyen átlátható."

## Az eredmények

„Az adatok elemzése alapján, 2023. szeptemberétől 2024. februárjáig az online csatornákból érkező **foglalások 45%-kal** növekedtek az előző évhez képest, míg az ezen foglalásokból származó **bevétel 60%-kal** emelkedett. A RoomRaiser használatával gyakorlatilag tizedére csökkent az árazásra felhasznált idő. Most már kevesebb mint fél óra alatt elkészíthetem az egy évre szóló árazást, ez is leginkább csak abból áll, hogy a RoomRaiser javasolt árait nézem át. Korábban ez a folyamat körülbelül 4 órát vett igénybe. A szoftver teljesen felment minket az adatgyűjtés és feldolgozás terhé-  
től, minimalizálva a hibalehetőségeket is. Mindig biztosak lehetünk abban, hogy az áraink jók."

A fentiek alapján elmondhatjuk, hogy a technológia, amely már szélesebb körben elterjedt Nyugat-Európában, sikeresen működik az említett szálláshelyeknél is. A RoomRaiser automatizált szállodai Revenue Management megoldásokat kínál kis és közepes méretű szállodák számára Magyarországon és a szomszédos országokban először, regionális szakértelemmel és professzionális tanácsadással kiegészítve.

**Automatizálja az egyhangú munkafolyamatokat, és növelje szállodája bevételeit a RoomRaiser segítségével!**

*Vegye fel velünk a kapcsolatot még ma!*



# Szójegyzék

**Revenue Management:** Az árazás és az készlet optimalizálásának stratégiai folyamata a bevétel és a nyereség maximalizálása érdekében.

**Revenue Management szoftver (RMS):** Olyan technológiai megoldás, amely automatizálja és hatékonyabbá teszi a Revenue Management folyamatokat, ideértve az árazás optimalizálását, a kereslet előrejelzését és az készletkezelést.

**Yield Management:** A Revenue Management-el rokon kifejezés, amely a romlandó, vagy idővel már nem értékesíthető áruból származó bevétel maximalizálására összpontosít.

**Kereslet Előrejelzés:** A szállodai szobák iránti jövőbeli kereslet előrejelzése a múltbeli adatok, a piaci trendek és egyéb tényezők alapján.

**Dinamikus Árazás:** Az árak valós időben történő módosítása a kereslet, a szezonális és más tényezők alapján a bevétel maximalizálása érdekében.

**Készletkezelés:** Az elérhető szobák optimalizált kiosztásának és értékesítésének biztosítása a bevétel lehetőségeinek maximalizálása érdekében.

**Átlagos Napi Ár (ADR):** Az átlagos ár, amelyet egy szobáért fizetnek egy szállodában egy napon.

**Kiadható szobákra jutó árbevétel (RevPAR):** Egy, a szállodaiparban kulcsfontosságú teljesítménymutató, amely a teljes szobaárbevételt osztja a rendelkezésre álló szobák számával.

**Szálláshelykezelő szoftver (PMS):** A szállodák által használt legfontosabb, központi szoftverek a vendégfoglалások, bejelentkezések, kijelentkezések és más front-office műveletek kezelésére.

**Központi Foglалási Rendszer (CRS):** Egy rendszer, amely lehetővé teszi a szállodák számára, hogy kezeljék és eloszthassák a szobakészletüket több különböző értékesítési csatornán keresztül.

**Channel Manager:** Szoftver, amely szinkronizálja a szobakészletet és az árakat különböző értékesítési csatornák, például online utazási irodák (OTÁ-k) és szálloda weboldala között.

**Adatelemzés:** Az a folyamat, amelynek során nagy adatkészleteket elemzünk annak érdekében, hogy feltárjuk az összefüggéseket.

**Előrejelző Modellezés:** Statisztikai technikák alkalmazása a jövőbeli eredmények előrejelzésére a múltbeli adatok és trendek alapján.

**Testreszabás:** A Revenue Management stratégiák és szoftverbeállítások egyénre szabott összessége annak érdekében, hogy megfeleljenek a szálloda konkrét igényeinek és célkitűzéseinek.

**Befektetés Megtérülése (ROI):** Egy befektetés nyereségességének vagy értékének mérése annak költségéhez viszonyítva.

**Tanácsadási Szolgáltatások:** Szakértői tanácsadás vagy irányítás biztosítása vállalkozásoknak vagy egyéneknek egy adott területen vagy iparágban.

**Tanácsadási Díj:** A Revenue Management tanácsadó cégek vagy tanácsadók díjai, amelyet a szakértelmükért és szolgáltatásaikért fizet a megbízó szálloda.

**Bevételemegosztási Megállapodás:** Egy olyan megállapodás, amelyben a Revenue Management tanácsadók a tanácsaik által generált bevétel bizonyos százalékát kapják.

**Tulajdonlás Összköltsége:** Az összes költség, amely egy Revenue Management szoftver megvásárlásával, bevezetésével és karbantartásával jár az élettartam során.

**Rugalmaság:** A Revenue Management szoftver alkalmazkodó képessége a piaci változásokhoz és az üzleti igényekhez.

**Hosszú Távú Befektetés:** Egy stratégiai döntés a Revenue Management szoftverbe történő befektetés mellett a hosszú távú növekedés és nyereségesség érdekében.

**Versenylőny:** Egyedi jellemzők vagy stratégiák összessége, amelyek lehetővé teszik egy vállalkozás számára, hogy túlszárnyalja versenytársait.

**Felhasználói Felület (UI):** A vizuális felület, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy interakcióba lépjenek a szoftverrel vagy a technológiával.

**Integráció:** A különböző rendszerek, szoftverek vagy komponensek összekapcsolásának folyamata, hogy zökkenőmentesen együttműködjenek és kommunikáljanak egymással.

**Előfizetési Modell:** Egy árazási modell, amely szerint a felhasználók rendszeres időközönként (pl. havonta vagy évente) fizetnek egy szolgáltatás vagy szoftver eléréseért.

**Automatizálás:** A technológia használata a feladatok vagy folyamatok minimális emberi beavatkozással történő végrehajtásához.

**Adatszinkronizáció:** Folyamat, amely biztosítja, hogy az adatok különböző rendszerek vagy platformok között konzisztensek és naprakészek legyenek.

**Költséganalízis:** Egy adott döntés vagy befektetés költségeinek értékelése.

**Fenntarthatóság:** Az a képesség, hogy valami hosszú távon fenntartható legyen anélkül, hogy károsítaná a környezetet vagy kimerítené az erőforrásokat.

[roomraiser.com](https://roomraiser.com)



**ROOM  
RAISER**