

# Revenue Manager (DHA)

## **Zeit- und Selbstmanagement**

Bedeutung des Zeit- und Selbstmanagements, Umgang mit Zeitfressern, erfolgreiche Methoden des Zeit- und Selbstmanagements

## **Revenue-Management – ein erster Überblick**

Bedeutung, Fachbegriffe, Definitionen, Ziele, Möglichkeiten des Revenue-Managements in der Hotellerie, historische Entwicklung, aktueller Stand in der heutigen deutschen und internationalen Hotellerie

## **Analyse – die Betrachtung des Hotels von allen Seiten**

IST-Analyse eines Hotels unter den Gesichtspunkten von Revenue-Managements: Mitarbeiteranalyse, Standortanalyse, Zielgruppen, Produktanalyse, SWOT-Analyse

## **Distribution – der richtige Mix der Vertriebswege**

Verschiedene Vertriebswege in der Hotellerie, E-Commerce, Arten der Distributionskosten, Distributionsstrategien

## **Pricing – die Preisstruktur als Basis des Revenue-Managements**

Kennzahlen im Revenue-Management, Berechnung der Preisuntergrenze, Aufbau einer Preisstruktur und Preisstrategie für einen Hotelbetrieb

## **Aktives Revenue-Management – Strategien und deren Umsetzung**

Umsetzung von Revenue-Management in der Hotellerie, EDV-Systeme als Unterstützung zur Umsetzung

## **Gelebtes Revenue-Management – Kommunikation und Außendarstellung**

Verkauf der Revenue-gestützten Preise gegenüber dem Gast, Vermittlung des RM-Gedankens an die Mitarbeiter des Front-Desk/Reservierung/Verkauf, Revenue-Management in allen Abteilungen eines Hotels (F&B, Wellness etc.), Rolle/Verantwortung/Aufgaben eines Revenue Managers



## Der zeitliche Lehrgangsablauf

Monat	Studienbrief (SB)	Webinar (WEB)	Präsenzphase (PP)
1	<b>SB 1:</b> Revenue-Management – ein erster Überblick	<b>WEB 1:</b> Zeit- und Selbstmanagement	
2	<b>SB 2:</b> Analyse – die Betrachtung des Hotels von allen Seiten		
3		<b>WEB 2:</b> Distribution – die verschiedenen Vertriebswege in der Hotellerie <b>WEB 3:</b> E-Commerce <b>WEB 4:</b> Die Arten der Distributionskosten <b>WEB 5:</b> Distributionsstrategien	
4			<b>PP 1:</b> Pricing – die Preisstruktur als Basis des Revenue Managements (2 Tage)
5			<b>PP 2:</b> Aktives Revenue-Management – Strategien und deren Umsetzung (2 Tage)
6	<b>SB 3:</b> Gelebtes Revenue-Management – Kommunikation und Außen-darstellung		

**Abschlussprüfung:** Klausur