

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Dia 1

- Apresentação: formadores e participantes
- Levantamento das expectativas dos participantes
- Enquadramento: revisão dos conteúdos e objectivos da formação
- Conceitos básicos de Revenue Management
- Revenue Management: da abordagem analítica à estratégica
- Variáveis a considerar para a determinação do Preço
 - o Estrutura de Preços vs. Canais de Distribuição
 - o Plano Estratégico
 - o Plano de Acções
 - o Forecast
 - o Yield
- Desenvolvimento do Plano Estratégico – análise externa

Trabalho a desenvolver/para apresentar antes do dia 2

- Análise Externa
 - o Variáveis que impactam o turismo nos principais mercados emissores
 - o Turismo: tendências / crescimento previsto
 - o Destino (evolução dormidas, voos/acessibilidades, proveitos, etc.)
 - o Situação Hotelaria (tendências + concorrência + market place)
 - o Conclusões

Dia 2

- Discussão sobre trabalhos efetuados: questões colocadas por formandos
- Desenvolvimento do Plano Estratégico
 - o Análise Interna
 - o Dados analíticos
 - o Segmentação
 - o Guidelines Estratégico

Trabalho a desenvolver/para apresentar antes do dia 4

- Análise Interna e Dados Analíticos
 - Marca / Posicionamento
 - Satisfação dos clientes
 - Análise de Market share / report da concorrência
 - Receitas por segmento por mês
 - Produção de contas
 - Nacionalidades por segmento, por mês
 - LOS por segmento por mês
 - Ocupação por tipologias de quarto

Dia 3

- Plano de Receitas
- Forecast – exercícios práticos
- Yield – exercícios práticos

Dia 4

- Discussão sobre trabalhos efetuados: questões colocadas por formandos
- Pontos pendentes (recolhidos ao longo da formação)
- Exercícios práticos

Materiais Finais: desenvolvidos durante a formação para poderem ser usados no dia a dia

- Plano Estratégico
- Plano de Acções
- Plano de Receitas
- Ferramenta de yield (nível básico)
- Gestão de Contas e de Mercados Emissores
- Análise de Tipologias de Quarto
- Análise de Estada média
- Entre outros indicadores