

TURISCOOL ESCUELA DE NEGOCIOS



RevenueSCool

#RMMeetsFuture

SOBRE TURISCOOL

La formación de negocios y tu vida
diaria, por fin juntos.

Un nuevo enfoque para el sector
turístico, centrado en ayudar a los
profesionales a mantenerse
actualizados en un mundo en cambio
constante.

Innovación en la metodología e
innovación en los contenidos.

UN NUEVO ENFOQUE



15 min./día

Métodología video micro-learning para no tener que adaptar tu vida a tu aprendizaje, sino al revés.



Online+

En cualquier momento y en cualquier lugar. Eventos presenciales con toda la comunidad TuriSCool para un Networking efectivo.



Precios accesibles

Cualquier profesional que desee mejorar debe tener acceso a una formación de negocios de alto nivel.

PARA QUIEN



Accede a una visión integral del sector.



Entiende el negocio mejor que nadie.



Maneja las herramientas más actuales.



Aprende de los mejores ejemplos de la industria.



Conviértete en un profesional más valorado.



Aprende a liderar equipos hacia al éxito.



RevenueSCool

#RMMeetsFuture

599€

QUE PUEDES PAGAR A PLAZOS
O BONIFICAR 100% CON **FUNDAE**

5-10 Meses

SESIONES A TU RITMO

Garantía 100%

15 DÍAS

DEVOLUCIÓN SIN PREGUNTAS.

APRENDE ~~DE~~ LOS MEJORES con



PALLADIUM
HOTEL GROUP

Diego Fernández
Director de Distribución y
Revenue Management



MELIÀ HOTELS
INTERNATIONAL

Raquel Guerrero
Senior Revenue
Manager



Barceló
HOTEL GROUP

Simón Barreiro
Regional Director of Revenue
Management



The Net Revenue

Francesc González
Fundador & CEO



GENERATOR

Guillermo Palacios
Cluster Revenue Manager



PALLADIUM
HOTEL GROUP

Daniel Escuder
Chief Data Officer

Y muchos más...

#ProtagonistasRevenueSCool!

REVENUESCOOL #RMMeetsFuture

PLAN DE ESTUDIOS

- 1. Principios Básicos**
- 2. Implantación y Desarrollo de Estrategias**
- 3. Ciclo y Fórmula Clásica del Revenue Management**
- 4. Ciclo RevenueSCool I: Segmentación**
- 5. Ciclo RevenueSCool II: Inventario y Capacidad**
- 6. Ciclo RevenueSCool III: Previsión y Forecasting**
- 7. Ciclo RevenueSCool IV: Distribución**
- 8. Ciclo RevenueSCool V: Pricing**
- 9. Ciclo RevenueSCool VI: Compset: Benchmarking y Análisis de Competencia**
- 10. Ciclo RevenueSCool VII: Presupuestos Comerciales**
- 11. Ciclo RevenueSCool VIII: Tecnología en el Revenue Management**
- 12. Especial Mercado Vacacional**
- 13. El Producto como Elemento Diferenciador**

1 PRINCIPIOS BÁSICOS DEL REVENUE MANAGEMENT

HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT.

DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS.

APLICACIONES EN OTRAS INDUSTRIAS: AyB, RETAIL...

KPIS Y SU EVOLUCIÓN.

KPIS AVANZADOS.

2. IMPLANTACIÓN DEL RM

LA CULTURA DEL RM EN LA EMPRESA.

BENEFICIOS Y DIFICULTADES.

EL REVENUE MANAGER: PERSPECTIVA HISTÓRICA Y SU POSICIÓN EN EL EQUIPO.

EQUIPOS RM Y SU ENTORNO.

OBJETIVOS, TAREAS, COMPETENCIAS.

LOS 4 PILARES DEL REVENUE.

3. CICLO Y FÓRMULA CLÁSICA DEL RM

CICLO CLÁSICO.

LA FÓRMULA DE RM TURISCOOL
por Diego de Ponga.

4. CICLO REVENUESCOOL I: SEGMENTACIÓN

QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE LA SEGMENTACIÓN.

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA
SEGMENTACIÓN.

TIPOS DE CLIENTES.

5. CICLO REVENUESCOOL II: INVENTARIO Y CAPACIDAD

**LA IMPORTANCIA DEL CONTROL Y LA GESTIÓN
DE LA CAPACIDAD.**

**HERRAMIENTAS PARA EL CONTROL DE LA
DISPONIBILIDAD.**

**LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE LA VENTA Y
EL ANÁLISIS DE SOBREVENTA DE TIPOLOGÍAS.**

EL OVERBOOKING Y SU APLICACIÓN.

RESTRICCIONES DE VENTA.

LOS NO-SHOWS Y SU IMPORTANCIA.

**LA GESTIÓN DE GRUPO Y EL DESPLAZAMIENTO
DE LA DEMANDA.**

6. CICLO REVENUESCOOL III: PREVISIÓN Y FORECASTING

LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DEL HISTÓRICO.

EL BOOKING DIARIO.

ESTUDIOS DE PICK-UP, CURVA DE LA RESERVAS Y DEMANDA ILIMITADA (Unconstrained demand).

CALENDARIO DE DEMANDA Y SU ESTRUCTURA.

LA CURVA DE RESERVAS Y EL PRECIO.

EL BW TW.

EN QUÉ CONSISTE EL FORECASTING.

TÉCNICAS DE ESTIMACIÓN Y TÉCNICAS DE PREVISIÓN.

7. CICLO REVENUESCOOL IV: DISTRIBUCIÓN

HISTORIA Y TENDENCIAS EN LA DISTRIBUCIÓN HOTELERA.

LONGITUD DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN.

TIPOS DE CANALES DIRECTOS E INDIRECTOS.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

SELECCIÓN Y GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

CÁLCULO DE COSTES DE DISTRIBUCIÓN.:
COMISIONES Y MARK-UPS.

DISTRIBUCIÓN OFFLINE: TIPOS Y EXPLICACIÓN.

7. CICLO REVENUESCOOL IV: DISTRIBUCIÓN

CO-MARKETING Y RAPPLES EN LA DISTRIBUCIÓN OFFLINE.

DISTRIBUCIÓN ONLINE: TIPOS Y EXPLICACIÓN.

FUNCIONAMIENTO DE LOS B2B Y B2C.

CANALES OPACOS.

METABUSCADORES.

LA IMPORTANCIA DEL POSICIONAMIENTO EN LOS CANALES ONLINE.

LA IMPORTANCIA DEL CANAL DIRECTO, WEB, CALL CENTER E EMAIL MARKETING.

8. CICLO REVENUESCOOL V: PRICING

EL PRICING: QUÉ ES Y QUÉ IMPORTANCIA TIENE EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL.

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.

ESTRATEGIA DE PRECIOS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

CREACIÓN DE TARIFARIOS, ESCALAS DE CONTRATACIÓN.

MODELO DE CONTRATACIÓN.

ELABORACIÓN DEL CALENDARIO DE TARIFAS.

RESTRICCIONES TARIFARIAS.

GESTIÓN DE PRECIOS DE TTOO.

8. CICLO REVENUESCOOL V: PRICING

EL PRICING EN EL MERCADO ONLINE.

TARIFAS ESPECIALES PARA EL MERCADO MICE.

LA TARIFA BAR Y SU IMPORTANCIA.

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA PARIDAD DE PRECIOS.

OFERTAS Y ESTÍMULOS DE LA DEMANDA.

VALOR DE LA ÚLTIMA HABITACIÓN.

LA IMPORTANCIA DE LOS COSTES EN LA POLÍTICA TARIFARIA.

LA COMPETENCIA Y SU INFLUENCIA EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS.

EL MERCADO Y SU INFLUENCIA EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS.

9. CICLO REVENUESCOOL VI: COMSET: BENCHMARKING Y ANÁLISI DE COMPETENCIA.

QUÉ ES EL BENCHMARKING.

FASES Y DESARROLLO DEL BENCHMARKING.

BENCHMARKING EN DESTINOS TURÍSTICOS.

SET COMPETITIVO: QUÉ ES Y QUÉ IMPLICA EN
EL REVENUE MANAGEMENT.

BENCHMARK REPORT Y OTRAS FUENTES DE
DATOS. INE.

KPIS MÁS IMPORTANTES SOBRE
COMPETENCIA: MPI, ARI, RGI.

ESTUDIO DE PENETRACIÓN DE MERCADO.

10. CICLO REVENUESCOOL VII: PRESUPUESTOS COMERCIALES

LOS PRESUPUESTOS COMERCIALES Y SU
IMPORTANCIA EN EL REVENUE MANAGEMNT.

CONDICIONES DE LOS PRESUPUESTOS.

CÓMO REALIZAR UN PRESUPUESTO
COMERCIAL.

11. CICLO REVENUESCOOL VIII: TECNOLOGÍA EN REVENUE MANAGEMENT

**HERRAMIENTAS DEL RM: COMPARADORES,
CHANNEL MANAGERS, SOFTWARE RM, CRS,
MS, BI, CRM, MOTOR DE RESERVAS.**

INTEGRACIÓN DEL DATO.

**FASES EN LA SELECCIÓN DE HERRAMIENTAS DE
TRABAJO.**

BUSINESS INTELLIGENCE Y BIG DATA.

**BIG DATA Y SUS APLICACIONES AL REVENUE
MANAGEMENT.**

12. ESPECIAL REVENUE MANAGEMENT VACACIONAL

REVENUE CIUDAD VS REVENUE VACACIONAL.

ANÁLISIS DE SITUACIÓN: ¿PUEDE UN HOTEL SER YIELDABLE?

SITUACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN EN HOTELES VACACIONALES.

PRICING POR MERCADOS O POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

GESTIÓN DE GARANTÍAS Y ASIGNACIONES PROTEGIDAS.

EL CÁLCULO DE LA SOBRECONTRATACIÓN

GESTIÓN DE MICE EN HOTELES VACACIONALES.

13. EL PRODUCTO COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR

**FÓRMULA DEL PRODUCTO=
ATRIBUTOS FÍSICOS + EXPERIENCIAS.**

**CONFIGURACIÓN DEL RACK DE
HABITACIONES.**

**LA IMPORTANCIA DEL MIX DE HABITACIONES
Y SU AMPLITUD.**

**DENOMINACIÓN DE TIPOLOGÍAS DE
ALOJAMIENTO: ROOM TYPE MARKETING.**

COMO APORTAR VALOR EN LA SUITES.

**DESCRIPCIONES Y FOTOSGRAFÍAS: MEJORES
PRÁCTICAS.**

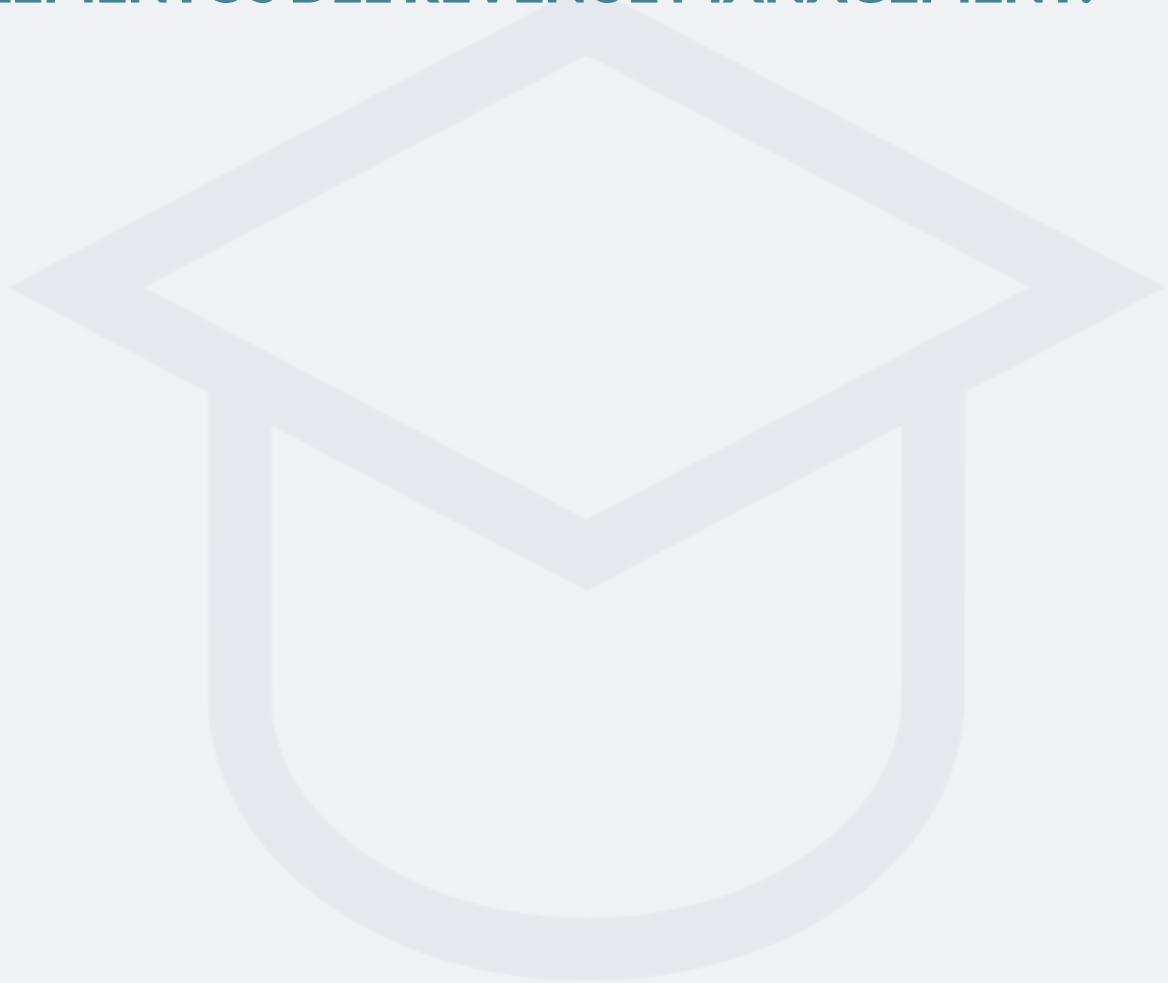
PRICING DEL PRODUCTO.

**COMO TRABAJAR LOS SUPLEMENTOS DE
HABITACIÓN.**

13. EL PRODUCTO COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR

LA IMPORTANCIA DEL PRECIO Y EL VALOR PERCIBIDO/RECIBIDO.

UP-SELLING Y EL CROSS-SELLING COMO ELEMENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT.



PROGRAMA DE MEJORA CONTINUA

En TuriSCool apostamos por la mejora continua, por lo que los programas de estudio de todos nuestros másters y especializaciones se encuentra en continua revisión y pueden sufrir modificaciones sin previo aviso, siempre con la intención de poner a disposición de nuestros alumnos las teorías, estrategias, metodologías, herramientas y casos prácticos más actualizados.



¿DUDAS?

CONTACTA CON NOSOTROS

EMAIL

hola@turiscool.com

TELÉFONO

+34 644 54 76 30

REVENUESCOOL #RMMeetsFuture