



## IDEaS G3 Revenue Management System

Willkommen beim weltweit fortschrittlichsten Revenue Management System, das durch Umsatzforschung, erweiterte Analysefunktionen und maschinelle Lernverfahren unterstützt wird. Machen Sie sich bereit, alle Vorteile der Automatisierung zu nutzen, und profitieren Sie von präzisen Entscheidungen, auf die Sie sich verlassen können. Diese branchenführende Lösung geht mit einem erstklassigen Kundenbetreuungsmodell einher, das Ihren Erfolg sichert.

## Eine Lösung – so viele Vorteile

Das IDEaS G3 Revenue Management System (G3 RMS) liefert wissenschaftlich basierte Entscheidungen zur Preisgestaltung und Verfügbarkeitskontrolle auf Zimmerkategorie- und Rate Code Ebene, mit denen Sie eine optimale Umsatzleistung über unterschiedliche Segmente hinweg erzielen können. G3 RMS basiert auf SAS® High Performance Analytics und automatisiert Entscheidungen in Bezug auf Preisfindung, Inventarkontrollen und Überbuchungen, um den RevPAR zu maximieren – damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können:



### Steigerung beim RevPAR

Nutzen Sie genaue Prognosen und leiten Sie optimale Entscheidungen zu Preisgestaltung und Revenue Management Entscheidungen in alle Vertriebssysteme weiter



### Geschäftsmix optimieren

Identifizieren Sie Ihr wertvollstes Geschäft und erzielen Sie sofort positive Effekte auf Umsatz und Rentabilität



### Erhöhung der Produktivität

Datenwissenschaft und Technologie des maschinellen Lernens automatisiert granulare Datenanalysen, Prognosen, Preise und Kontrollen, sodass Sie sich auf die Strategie konzentrieren können

## Vorteile im gesamten Unternehmen

### Revenue Manager


Die heutigen Revenue Manager befassen sich nicht mehr nur mit Tabellen, sondern verstehen die Notwendigkeit von mehr Leistung, Präzision, Vorhersehbarkeit und Zeit für strategische Aktivitäten.

### Geschäftsführer

Geschäftsführer tragen Verantwortung für das gesamte Hotel und benötigen Lösungen, die sie durch wichtige Aufgaben führen und gleichzeitig automatisch Entscheidungen treffen.

### Corporate Executive

Chief Financial Officers, Chief Commercial Officers und Chief Revenue Officers möchten die Umsatzstrategie automatisieren und eine Kultur fördern, in der profitable Geschäftsentscheidungen getroffen werden können.



“ Wir haben Preise verkauft, die ich nie veröffentlicht hätte, wenn ich nicht mit IDEaS gearbeitet hätte. Im August hatten wir zum Beispiel eine Umsatzsteigerung von 16 % im Vergleich zum Vorjahr und 8 % über dem Budget. ”

– Grand Hotel Minerva

## Gewinnen Sie mit IDEaS G3 RMS aus den entscheidenden Daten aussagekräftige und umsetzbare Erkenntnisse. Die Vorteile werden Sie überzeugen:

- ▶ Sie können sich darauf verlassen, dass die Lösung schnell und angemessen auf dynamische Marktbedingungen reagiert
- ▶ Sie erstellen für alle Nachfragearten detaillierte und zuverlässige Prognosen in Bezug auf das Revenue Management
- ▶ Sie optimieren die Preise für alle Produkte und Zimmerkategorien
- ▶ Sie beziehen externe Marktpreise und Nachfragedaten ein
- ▶ Sie automatisieren vollständig die Aufgaben des Vertriebs- und Revenue Managements, sodass Sie sich auf Ausnahmen, kritische Daten und mehr konzentrieren können
- ▶ Sie maximieren den Gewinn über alle Einnahmequellen hinweg
- ▶ Sie treffen datengesteuerte und profitable Entscheidungen für jede Gruppenanfrage
- ▶ Sie fördern das Revenue Management sowie die Vertriebs- und Marketingstrategie
- ▶ Sie verstehen, wie es zu Preisentscheidungen gekommen ist, und können dies problemlos erläutern

## G3 RMS – Fakten auf einen Blick

**15 %**

durchschnittliche  
**Steigerung** gegenüber  
Hotels ohne RM



**> 100 M**

Entscheidungen zu  
**Preisen und Überbu-**  
chungen täglich



**> 165**

Integrationen in ein  
globales Netzwerk von  
**Technologie-**  
partnern



**98 %**

**unübertroffene**  
Kundenbindungsrate



**> 30 Jahre**

Innovation und  
**Branchenführung**  
von IDEaS



# Der Inhalt macht den Unterschied

G3 RMS nutzt überlegene Analysen, um den optimalen Preis für alle wichtigen Produkte nach Zimmerkategorie zu ermitteln (z. B. Best Flexible Rate und Frühbucherrate). Dieser Ansatz berücksichtigt das Nachfrageprofil des Produkts, den Einfluss der Wettbewerber und deren Auswirkungen auf andere Produkte. Neben der Preisfindung legt IDEaS Restriktionen und Überbuchungen fest, um die Rentabilität zu optimieren. Der integrierte, wissenschaftliche Ansatz von IDEaS zur Einrichtung dieser Kontrollen ist einzigartig und erweitert den Nutzen weit über wartungsintensive regelbasierte Ansätze hinaus.

**ANALYSEN:** Nutzt einen auf maschinelles Lernen und Datenwissenschaft gestützten Ansatz, der auf fortschrittlichen SAS®-Analysen basiert, um geschäftliche Herausforderungen in der Hotellerie zu unterstützen.

**PREISFINDUNG:** Bietet verschiedene Ansätze für die Preisfindung wie z. B. Continuous Pricing, Tagespreise und Preise basierend auf der Aufenthaltsdauer, um die Anforderungen von Unternehmen, Technologie und Gästen zu erfüllen. Bei diesem einzigartigen Ansatz werden viele Elemente der Preis-Nachfrage-Beziehung berücksichtigt, um ein optimales Preismanagement zu ermöglichen.

**PREISE FÜR MEHRERE PRODUKTE:** Die Preise für jedes Schlüsselprodukt werden mit einzigartigen Eigenschaften und Beziehungen zwischen Produkten und Zimmerkategorien optimal berechnet. Dieser einfach zu konfigurierende Ansatz stellt sicher, dass die Produkte zu einem Preis angeboten werden, der anhand von Analysen auf Grundlage der individuellen Buchungen der Gäste festgelegt wird.

**AUTOMATISIERUNG:** Lernt ständig und passt sich den Auswirkungen von Preisen und Kontrollen auf Buchungsmuster und Nachfrage an, um die Ergebnisse zu verbessern. Entscheidungen werden nahtlos an wichtige Technologiesysteme weitergegeben.

**MARKTNACHFRAGE:** Der tatsächliche Einfluss der Preisgestaltung der Wettbewerberpreise, zukünftige Nachfragedaten wie TravelClick Demand360 und mehr werden im Hinblick auf die Preisfindung der Hotels gewichtet, um eine möglichst präzise Prognose zu erstellen.

**OPTIMIERUNG DES GESCHÄFTS:** Stellt sicher, dass Hotels die optimale Mischung aus Nachfrage nach Segment, Zimmerkategorie und Aufenthaltsdauer identifizieren können, um die Rentabilität zu steigern.

## Führende Hotels vertrauen IDEaS



**IDEAS™**  
A SAS COMPANY



ideas.com info@ideas.com