

Hoy en día el mundo es muy cambiante. Ha quedado de forma muy explícita durante el 2020. La oferta está constantemente actualizándose, formándose, incorporando nuevos puestos que hace 10 años ni siquiera existían. Y la demanda por descuento varía y varía mucho. Este cambio es motivado por el marco mundial que tengamos, razones económicas, sociales, políticas,... Además debemos tener en cuenta que los “millennials” ahora tienen en torno a 30 años y las siguientes generaciones, como la “Generación Z” nuestros futuros clientes. Por ello, habrá que preguntarnos: Dónde están. Con quién están. Cómo se comunican. En qué trabajan. Qué leen. Qué escuchan. **Nuestra obligación está en saber quién es nuestro posible cliente y estudiar sus costumbres.**

En cuanto a los alojamientos, tendremos que adaptarnos o morir. Tenemos que ser lo más milimétricos posibles, como lo es un cirujano. No vale con tirar los precios, nuestra obligación es saber **qué hacer, saber el motivo, estudiar los resultados y volverlo a poner en marcha cambiando** lo que puede haber fallado o lo que creemos que el nuevo cliente necesita. Por ello, el Revenue Manager ya sea externo o interno de la empresa nos facilitará el trabajo y sabrá adaptar las acciones de acuerdo a la situación y a la estrategia de la empresa.

Para realizar un primer **estudio y análisis** de un alojamiento necesitaremos tener en cuenta algunos documentos, en caso de no hacerlos en la actualidad o no tenerlos actualizados podremos realizar el estudio sin los documentos que no tengamos y diseñar una **plantilla** para poder ir realizándolos y tenerlo en cuanto nos sea posible:

- ✓ Presentación del alojamiento. (Podemos realizarla en una reunión).
- ✓ Calendario de precios. Matriz de precios.
- ✓ Calendario de eventos.
- ✓ Forecasting y Presupuesto. 30, 60 y 90 días. ¿Tenemos el anual?
- ✓ Informes mensuales de producción. 30, 60 y 90 días. ¿Tenemos el anual?
- ✓ Set Competitive.
- ✓ Segmentos de cliente.
- ✓ Tipos de habitaciones y paquetes. Upgrade
- ✓ Distribución. OTAs. ¿Con qué OTAs y otras agencias tenemos contrato?

También necesitamos una solución a algunas preguntas:

- ✓ ¿Qué tipo de PMS utiliza?
- ✓ ¿Utiliza algún Channel? ¿Realiza algún análisis con los datos que se nos facilita?
- ✓ ¿Algún programa de Revenue?
- ✓ ¿Tienen reuniones de calidad? ¿Informes de calidad? ¿Se revisan las reviews?
- ✓ ¿Tienen algún programa de fidelidad?
- ✓ ¿Cuáles son los documentos diarios que se tienen en cuenta?
- ✓ ¿Se realiza un Pick-Up?
- ✓ ¿Tenemos un análisis de costes? ¿Se realizan escandallos?
- ✓ ¿Existe un estudio de tendencias para grupos?

Día a día iremos implementando **nuevas acciones** que creen nuevos **resultados** para nuestro alojamiento.

Trabajo y trabajo.

Ojos bien abiertos a los cambios.

Imaginación y creatividad.