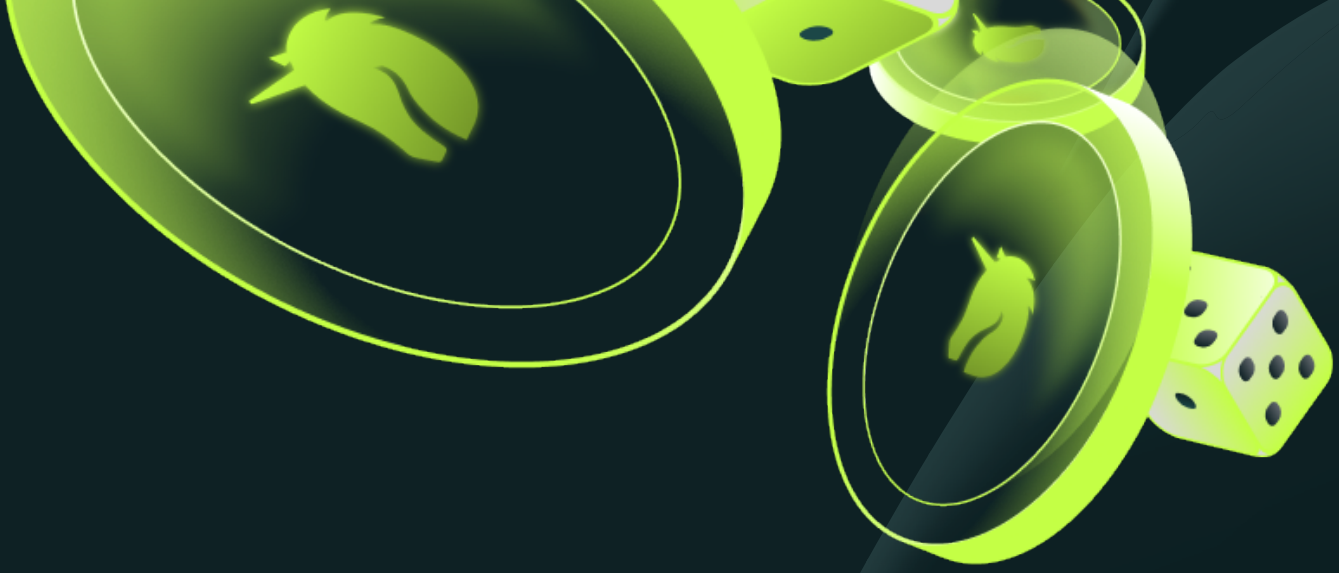




Budgetsaison- Checkliste

**Kommerzielle Investitionen
in der Budgetsaison: 7 Schritte**



Machen Sie Ihre nächste kommerzielle Entscheidung strategisch, abgestimmt und ROI-fokussiert

Die Wahl des richtigen kommerziellen Systems ist eine wichtige Entscheidung, die sich direkt auf die Performance, Profitabilität und Effizienz Ihres Hotels auswirken kann.

Nutzen Sie diese kurze Checkliste, um Ihre Bewertung zu steuern und sicherzustellen, dass Sie ein System wählen, das zu Ihrer kommerziellen Strategie passt.

1. Richten Sie Ihre kommerziellen Ziele aus

- ☐ Bevor Sie Technologie bewerten, definieren Sie, was Sie in den nächsten 12–24 Monaten erreichen wollen.
- ☐ Identifizieren Sie Ihre größten kommerziellen Herausforderungen (Prognosegenauigkeit, Profitabilität, Business-Mix, Distributionskosten usw.)
- ☐ Einigen Sie sich auf die Ergebnisse, die Sie verbessern möchten (Umsatzwachstum, Margenverbesserung, operative Effizienz, Prognosesicherheit)
- ☐ Stellen Sie sicher, dass die Investition Ihre umfassendere kommerzielle Strategie unterstützt – nicht nur eine einzelne Abteilung.

2. Erstellen Sie Ihren Business Case

- ☐ Übersetzen Sie die Investition in Geschäftsergebnisse, die Ihr Führungsteam unterstützen wird.
 - ☐ Schätzen Sie das finanzielle Potenzial ab (Umsatzsteigerung, Margenverbesserung, operative Einsparungen)
 - ☐ Berechnen Sie den erwarteten ROI und die Amortisationszeit
 - ☐ Berücksichtigen Sie die Kosten des Nichtstuns, nicht nur die Kosten der Investition
 - ☐ Sammeln Sie interne Performance-Daten und externe Benchmarks zur Unterstützung Ihres Vorschlags

3. Binden Sie die richtigen Stakeholder ein

- ☐ Kommerzielle Technologie betrifft weit mehr als nur das Revenue-Team.
 - ☐ Finanzen
 - ☐ Betrieb
 - ☐ IT
 - ☐ Eigentümer / Asset Management
- ☐ Stellen Sie sicher, dass jeder Stakeholder versteht, wie die Investition seine Prioritäten unterstützt.

4. Definieren Sie Ihre Plattformanforderungen

- ☐ Konzentrieren Sie sich auf die Fähigkeiten, die Ihr Hotel benötigt, nicht einfach auf eine Liste von Produktmerkmalen. Überlegen Sie, ob Ihre zukünftige Plattform Folgendes bieten sollte:
 - ☐ Open Pricing
 - ☐ Präzise Prognosen
 - ☐ Profitabilitätseinblicke und Benchmarking
 - ☐ Automatisierung von Pricing und Prognosen
 - ☐ Gruppenoptimierung
 - ☐ Multi-Property-Management
 - ☐ Kommerzielles Reporting
 - ☐ Dediziertes Onboarding und Customer Success



- ☐ Definieren Sie, wie Erfolg aussehen wird:
 - ☐ Umsatzwachstum
 - ☐ Profitverbesserung
 - ☐ Zeitersparnis
 - ☐ Bessere kommerzielle Entscheidungsfindung
 - ☐ Verbesserte Prognosegenauigkeit



5. Bewerten Sie Anbieter strategisch

- ☐ Schauen Sie über die Produktdemos hinaus.
 - ☐ Stellen Sie eine strukturierte Ausschreibung (RFP) auf (nutzen Sie unsere Vorlage)
 - ☐ Fordern Sie Demos an, die auf Ihr Haus und Geschäftsmodell zugeschnitten sind
 - ☐ Fragen Sie, wie die Plattform Profitabilität unterstützt – nicht nur Umsatz
 - ☐ Prüfen Sie Implementierungszeitpläne und Onboarding-Pläne
 - ☐ Verstehen Sie langfristigen Support und Optimierungsleistungen
 - ☐ Fordern Sie Kundenreferenzen und messbare Ergebnisse an

6. Überprüfen Sie Ihr kommerzielles Tech-Ökosystem

- ☐ Die Budgetsaison ist der ideale Zeitpunkt, um zu bewerten, wie Ihre Systeme zusammenarbeiten. Bestätigen Sie die Kompatibilität mit:
 - ☐ PMS
 - ☐ CRS
 - ☐ Channel-Manager
 - ☐ BI-Plattform
 - ☐ CRM
- ☐ Priorisieren Sie Anbieter mit nachgewiesenen Integrationen und skalierbarer Architektur.

7. Planen Sie für eine erfolgreiche Einführung

- ☐ Technologie liefert nur dann Wert, wenn Ihr Team sie nutzt.
- ☐ Erstellen Sie einen realistischen Implementierungszeitplan
- ☐ Planen Sie Zeit für Onboarding und Schulung ein
- ☐ Benennen Sie interne Projektverantwortliche
- ☐ Legen Sie Erfolgskennzahlen vor dem Start fest
- ☐ Vermeiden Sie die Implementierung während Spitzenzeiten, wo möglich
- ☐ Planen Sie Performance-Reviews nach dem Start

Bevor Sie endgültig zustimmen, fragen Sie sich...

- ☐ Unterstützt diese Investition unsere langfristige kommerzielle Strategie?
- ☐ Hilft sie uns, die Profitabilität zu verbessern – nicht nur den Umsatz?
- ☐ Haben wir den ROI in Begriffen nachgewiesen, die dem CFO und den Eigentümern wichtig sind?
- ☐ Lässt sie sich in den Rest unseres Tech-Ökosystems integrieren?
- ☐ Werden unsere Teams sie tatsächlich nutzen?
- ☐ Wird diese Plattform unsere Anforderungen auch in drei bis fünf Jahren noch erfüllen?

Brauchen Sie Hilfe beim Aufbau Ihres Business Case?

Laden Sie „**Plan für mehr Profit**“ herunter – den **Leitfaden für Hoteliers zu strategischen kommerziellen Investitionen in der Budgetsaison**. Entdecken Sie Performance Engineering, Strategien für die Einbindung der Geschäftsführung und praktische Tools wie unseren ROI-Rechner.