



DATEN MANAGEN. INFORMATIONEN GEWINNEN. WERTE SCHAFFEN.

**Buchungskanäle im Internet einfach und sicher
pflegen – Behalten Sie dabei den Überblick!**

Tausend Seen Forum 2012 – Göhren-Lebbin

- Jahrgang 1958
- 1982 Dipl.-Ing. Technische Kybernetik & Automatisierungstechnik
- 1991 Gründung erster Firma für den Vertrieb von Bürokommunikations- und Managementsoftware in Potsdam
- 1998 Gründung **müritzonline** – digitales Marketing Waren (Müritz)
- 2001 – 2010 Geschäftsführender Gesellschafter **IMS GmbH** Potsdam
- (Deutsch-Irisches Joint-Venture für Wissensbasierte Systeme)
- 2010 Gründung **Destination IT Consult** sowie CFO und Senior Consultant Tourist. Informationssysteme der **INSECIA GmbH** Potsdam

Firmenzentrale in Potsdam

- Gegründet durch Management-Buy-Out im September 2010
- Softwareengineering, -entwicklung und Customizing
- Betrieb einer eigenen Serverinfrastruktur

- Interdisziplinäres Kernteam von 6 hochqualifizierten Spezialisten
(Prozessanalyse, Modellierung/Programmierung, Gestaltung/Visualisierung/Design, Betriebswirtschaft & Vertrieb, Sicherheit & Datenschutz, Support & Service)

Produkte:

- INSECIA | Suite - Entwicklung seit 2005
- INSECIA | Cloud - Einführung im Sommer 2012

INSECIA | Consulting: Beratung zu Web-Strategien & IT-Sicherheit

- Web-Strategie-Beratung im Bereich Enterprise Content Management (insbes. Öffentl.Verwaltung und Tourismuswirtschaft)
- Geschäftsprozessanalyse (Digitale Modellierung und Optimierung)
- Informationssicherheitsmanagement in Verwaltung und Wirtschaft (Risikomanagement)
- IT-Sicherheitsmanagement & Gewährleistung Gesetzeskonformität

INSECIA | Lab: Entwicklung von Software und Web-Applikationen

- Ganzheitliche Realisierung von Webprojekten mit der INSECIA | Suite
- Implementierung kundenspezifischer Anforderungen
- Kontinuierliche Weiterentwicklung der INSECIA | Suite

INSECIA | School: Knowhow-Transfer und Weiterbildung

- Mitarbeiterschulung im Umgang mit der INSECIA | Suite
- Wissensvermittlung Cloud-Computing
- Workshops zu aktuellen Webtrends

Hosting und Managed Services in der INSECIA | Cloud

- Dedizierte und virtuelle Server Umgebungen im eigenen RZ-Cluster
- E-Mail- und Datensysteme (Applikationsmanagement)
- Zentrale Backup-Lösungen
- Serververbund von Mail-, Web- und Datenbank-Servern
- vollständig redundant und lastverteilt aufgebaut
- Serverstandort Deutschland, keine Spiegelung ins Ausland
- Einhaltung von rechtlichen Rahmenbedingungen und Vorgaben
- Betrieb der INSECIA | Suite als Software-as-a-Service Modell

Anspruch: Innerhalb der INSECIA | Cloud eine leistungsstarke und sichere Arbeitsumgebung zu bieten

Webbasiertes Information Management **mit der INSECIA | Suite**

- INSECIA | **WebCMS** (Content-Management)
 - INSECIA | **WebDMS** (Dokumenten-Management)
 - INSECIA | **PIM** (Personal-Information-Management)

 - INSECIA | **WebGIS** (Geodaten -Management)
 - INSECIA | **WebSHOP** (E-Commerce)

 - INSECIA | **WebIRS** (Reservierungs- und Buchungsmanagement)
- Verwalten von Webprojekten, Teilen von Dokumenten, online in Teams arbeiten, digital Produkte & Dienstleistungen verkaufen
 - Aktuell wird die INSECIA | Suite unter dem Modell „ASP“ angeboten
 - Mit der INSECIA | Suite behalten Sie den **Überblick über Ihre Informationen** und schaffen somit **einen nennenswerten Wettbewerbsvorteil**

Buchungskanäle im Internet: Einfach und sicher pflegen?

1. Ausgangssituation

- Während der letzten Jahre hat der Verkauf von Hotelzimmern, Ferienhäusern und Ferienwohnungen über das Internet bedeutend zugenommen. Online-Reiseagenturen und Webseiten zur Hotelbuchung wie HRS, Hotel.de, Booking.com oder Lastminute.com und viele andere (u.a. auch müritz *online*) ziehen zunehmend Kunden auf ihre Webseiten.
- Der Prozentsatz von Internetreservierungen steigt im Vergleich zu traditionellen Buchungen stetig, d.h. Internet-basierte Distribution wird für touristische Leistungsträger zunehmend wichtiger...

...sie müssen also de facto **Mehrkanal-Vertrieb betreiben !**

Zimmer/Arrangements/Urlaub im Internet verkaufen erfordert den Blick

- für Kontingente
- für Preise
- für effektive Vertriebskanäle
- für den Wettbewerb

... vor allem für Verfügbarkeiten!

2. Problemstellungen

- Mit der sich stetig steigenden Anzahl von Verteilungskanälen, die im Internet verfügbar sind, haben die Buchungsmöglichkeiten über das Internet zugenommen. Diese Vielfalt erhöht aber gleichzeitig den Druck auf alle tourist. Leistungsträger (Hotels, Pensionen, Ferienhaus-Anbieter), denn **die Pflege mehrerer, und oftmals äußerst komplexen Extranets erfordert viel Zeit und ständiges Monitoring.**
- Insbesondere aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Internets nimmt die Verbreitung des Multi-Channel-Vertriebs im Tourismus zu, **unklar ist jedoch in vielen Unternehmen, inwieweit sich unterschiedliche Vertriebskanäle ergänzen bzw. inwieweit sie miteinander konkurrieren.**

- Alle reden über die Nutzung zusätzlicher Vertriebskanäle, **nutzen aber nicht einmal die bestehenden** umfassend. (Die Buchbarkeit auf der eigenen Webseite bringt den effektivsten Onlineumsatz und spart Provisionszahlungen an Dritte)
- Nicht selten werden Vertriebskanäle im Internet **nicht mit ihrem vollen Potenzial genutzt und Verteilungsmöglichkeiten nicht optimiert**, da die Arbeitslast zu hoch ist.
- **Konsumenten kombinieren** im Rahmen eines Kaufs mehrere **Vertriebskanäle miteinander**. Inwieweit ergeben sich daraus Vorteile für ein Unternehmen?
- Viele Anbieter haben gar **nicht genügend Detailblick** auf ihre eigenen Tarife und Unterbringungsmöglichkeiten, die in den Kanälen verfügbar sind.
- Strategien wie **Rate Parity (Tarifgleichheit) und Best Available Rates (günstigste verfügbare Tarife)** sind oftmals nicht ordnungsgemäß implementiert und auch nicht gepflegt, da „keine Zeit dafür“ ist.

- **Bedarfs- und Angebotslücken des Produktportfolios** werden nicht zeitnah und kapazitätsbezogen erkannt.
- Der saisonbezogene, **hochfrequente Personalwechsel** stellt ein weiteres Problem dar. Angestellte, die beispielsweise für die Pflege der Onlineangebote verantwortlich sind, verlassen die Firma wieder nach kurzer Zeit (Saison), oftmals fehlt die Zeit für eine ordnungsgemäße Übergabe.
- **Preisvergleiche** zu Mitbewerbern finden nicht statt, da sie aus Zeitmangel nicht (oder nur unzureichend manuell) generiert werden

3. Ist-Situation im Mehrkanal-Vertriebsmanagement

- Mangelndes ökonomisches Verständnis von **Kennzahlen**
- Komplizierte Situation der **Personal-Ressourcen**
- Fehlendes **Know How in der Handhabung** techn. Hilfsmittel bei gleichzeitig hoher technischer Ausstattung

(Es sind viele techn. Werkzeuge, teure Hard- und Softwareausstattungen vorhanden, diese werden aber oftmals nur in ihrer Grundfunktionalität genutzt und nicht mit einander verbunden)

Sind bei der Problemlage dann

Channel-Management-Systeme

überhaupt **ein Lösungsinstrument?**

...und wenn, dann nur für die Großen oder auch für **die Kleinen?**

Channel-Management-Systeme - Was können die?

Es sind Computerprogramme , die Unternehmen die tägliche Verwaltung von Internet-Vertriebskanälen erleichtern

Der Hauptnutzen dieser Systeme liegt darin, dass, anstatt sämtliche Reiseportale einzeln nacheinander aktualisieren zu müssen,

- Raten und Verfügbarkeiten
- gleichzeitig
- über eine Datenmaske
- für alle Kanäle

angepasst werden können.

Der Vorteil des Einsatzes eines Channel-Management-Systems ist vordergründig die Zeitersparnis, durch die eine verbesserte Preis- und Verfügbarkeitspolitik des Unternehmens möglich wird.

Channel-Management-Systeme - Was können die?

Die Systeme verschiedener Anbieter sind sehr unterschiedlich, erlauben jedoch in der Regel alle eine **gleichzeitige** Anpassung von Zimmerpreisen und –kontingenten für mehrere Kanäle.

Die Zugangsdaten (Benutzername und Passwort) für die Kanäle sind oftmals im Channel Manager hinterlegt, und die Übertragung der Daten an die einzelnen Kanäle erfolgt gesammelt über eine **zentrale Schnittstelle**.

Einige Channel-Management-Systeme unterstützen auch den zentralen Rücktransport von Buchungen der einzelnen Kanäle in die Datenmaske, die zur Synchronisation genutzt wird. Die Synchronisation erfolgt auch bis in das angeschlossene Hotelverwaltungssystem.

Einige unterstützen auch Benchmarking, d.h. die Preisbeobachtung von Mitbewerbern.

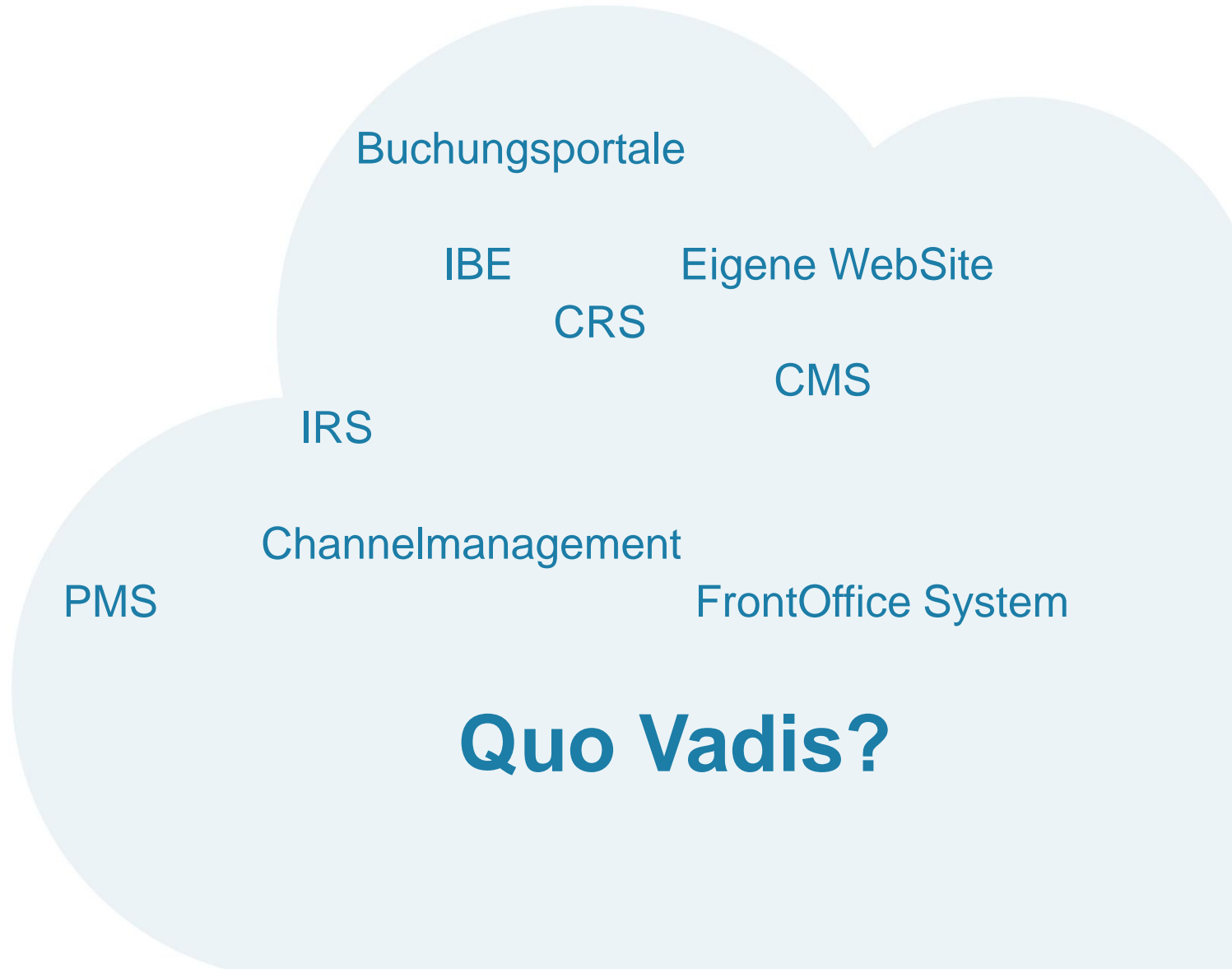
Bekannte große Anbieter sind eRevMax (RateTiger), Travelclick (EZYield), Channelrush

(Allerdings erfolgt die Datenhaltung nicht immer nach deutschen Datenschutz-Richtlinien, da ausl. Serverstandorte genutzt werden.)

Programme mit umfassendem Funktionsumfang werden auf Computern des Hotels installiert, um eine zuverlässige Nutzung der Systemressourcen zu gewährleisten und die Datenübertragung sicher und effizient zu gestalten.

Neuere Channel-Management-Systeme sind häufig webbasiert, was zu Einsparung von Investitionskosten führt, erfordern aber einen höheren Aufwand bei der Umsetzung von Daten- und Informationssicherheitsanforderungen im Einsatz.

Es gibt außerdem bereits mobile Anwendungen für Smartphones, um Channel-Management-Funktionen auch unterwegs nutzen zu können.



4. Lösungsansatz

Strukturiertes Online-Vertriebsmanagement (mit dem INSECIA | WebIRS)

Zentrale Pflege von **Raten** und **Verfügbarkeiten**

für die eigene Website (sie ist der wichtigste Online-Vertriebskanal !!!)

und konnektierte Extranets (Buchungsportale)

und das Front-Office-System (die eigene Haus-Rezeption)

über **ein Interface** (unabhängig vom Standort)

Das Komponentenportfolio des INSECIA | WebIRS ermöglicht, den bisher zeitaufwendigen und oftmals komplizierten Prozess der Pflege Ihrer Preisraten und Belegungsdaten über alle (vorab analysierten und ausgewählten) Distributionskanäle **zeiteffizient & wertschöpfend** zu gestalten.

4. Lösungsansatz – Szenario A



4. Lösungsansatz – Szenario B



4. Lösungsansatz – Szenario C



5. Funktionalität

- **Buchbarkeit Einheiten** (Zimmer, Objekte, Einheiten)
- **Buchbarkeit Arrangements** (Pauschalen)

- Stammdatenmanagement (Beschreibung Haus, Ausstattung Zimmer, AGB, Stornobedingungen)
- Variables Prozessdialog-Management, inkl. Buchungssimulation (Reservierung o. Buchung)
- Kapazitätsmanagement

- **Verfügbarkeiten & Raten**
- Kontingente und Preiskategorien
- Belegungs- und Sperrzeiten (kalenderbasiert für Objekt, Zimmer oder Einheiten)
- Skalierbare Raten (Hauptrate, Messerate, Long Stay Rate, Hot Deal Rate)
- Preismatrix
- Saisonzeiten
- Buchbare Anreisetage

- **Bidirektionales Channel-Management** (Synchronisation von Verfügbarkeiten und Raten und Buchungsrückführung, inkl. Channel- und Raten-Splitting)

- **Statistische Auswertung** (z.B.Distributionsgrad, Ratenpriorität, Belegungsquote über Vertriebswege)

6. Systemumgebung / Leistungsmerkmale

- Cloud-Lösung
(standortunabhängig & hochverfügbar)
- Software as a Service
(direkte Betriebskostenkalkulation, keine Investitionskosten und Abschreibung über längeren Zeitraum)
- MySQL – datenbankbasiert
(keine weiteren DBMS-Lizenzkosten, umfassende Verknüpfbarkeit und Auswertbarkeit der Daten)
- Nutzung von Standard-Schnittstellen
(XML nach OTA-Standard)
- Inkrementelles Datenmanagement & Synchronisation
(kein Hochgeschwindigkeitsnetz und keine Standleitungen notwendig)
- Mandantenfähigkeit
(z.B.Multi-Accounts für mehrere Häuser von Ketten, Gruppen, Agenturen)
- Sicherheit
(SSL-Verschlüsselung der Datenübertragung, Full Backup im RZ-Cluster)

7. Nutzen des Einsatzes

- **Optimierung der Arbeitsabläufe** im Front Office
 - ✓ Deutliche Zeitersparnis der täglichen Aktualisierung
- **Erhöhung der Reichweite** durch Erweiterung des Vertriebs
 - ✓ Steigerung des OTA-Umsatz (OTA = Online Travel Agencies)
- **Erhöhung des Zimmererlöses** durch stärkeren Kategorienverkauf
 - ✓ Erhöhung der ADR (Average Daily Rate)
- **Gewährleistung von Ratenparität** und **Schutz vor Überbuchung** im Buchungsaltag
- **Statistische Daten und Optimierung** des Onlinegeschäfts
- **Verbesserte Marktpräsenz** (...und höhere Markttransparenz)

Erfolgreiches Channel-Management mit dem INSECIA | WebIRS bedeutet:

Software-basiertes Revenue Management, individuelle Beratung und Training

1. **Detaillierte Analyse** der Geschäftsprozesse, der IT-Infrastruktur und des Informationsmanagements
2. **Verabschiedung von Empfehlungen** für die weitere Prozessgestaltung und -optimierung
3. **Implementierung** von Software-Tools
4. **Integration** in die Systemlandschaft
5. **Schulung** der Mitarbeiter

= Schaffung einer vernetzten IT-Architektur, die messbare, **wirtschaftliche Effekte erzielt**

= Problemlösung!

Erfolgreiches Channel-Management bedeutet:

Sie müssen **DATEN MANAGEN** können!

Sie müssen **INFORMATIONEN GEWINNEN** können!

Sie müssen mehr**WERT SCHAFFEN** können!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Roger Heinzl

Geiselbergstr. 4a

14476 Potsdam

0331 – 550 59 51

0171 – 30 83 542

roger.heinzl@insecia.com