

REVENUE MANAGEMENT

Matkailussa erityisesti palvelujen katoavuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus, kysynnän voimakkaat sesonkivaihtelut sekä tuotannossa syntyneet korkeat kiinteät kustannukset aiheuttavat eri asteisia kapasiteetin ongelmia, joilla on suora vaikutus yritysten kannattavuuteen. Lisäksi matkailuelinkeinossa sekä kilpailun kiristymisen että maailmantaloutta koskevan epävarmuuden lisääntymiseen liittyvät seuraukset ovat johtaneet siihen, että matkailuyritysten oma kysyntä ei enää kasva samaa tahtia kuin aikaisemmin. Tämäkin korostaa yritysten tarvetta löytää keinoja toimia markkinoilla kannattavalla tavalla.

Yksi lähestymistapa kapasiteetin ja kannattavuuden ongelmien ratkomiseksi on tuottojohtaminen (engl. revenue management), joka tunnetaan myös yield managementina. Se on liiketoimintastrategia, joka on kehitetty alun perin lentoliikennetoiminnassa. Sen päätavoitteena on maksimoida tuottoja optimoimalla samanaikaisesti hintoja ja kapasiteettia mahdollisimman tarkan kysynnän seurannan kautta.

80-luvulla yhdysvaltaisessa lentoliikennetoiminnassa revenue managementin synnyttämät menestystarinat johtivat sen periaatteiden ja käytäntöjen laajaan hyväksymiseen ensiksi tällä sektorilla ja vähitellen hotelli-, autovuokraamo-, kuljetus- ja logistiikkapalvelutoiminnassa ensiksi Yhdysvalloissa ja sitten myös Euroopassa.

Tästä huolimatta Suomessa vielä revenue management on melko tuntematon. Tämä ilmenee EU:n teettämästä laajasta koko Unionin alueen kattavasta tutkimuksesta. Vuonna 1997 ilmestynyt tutkimus on toistaiseksi myös ainoa Suomea koskeva selvitys revenue managementin periaatteiden soveltamisesta matkailusektorilla (Andersen 1997, 119-127). Sen johtopäätökset Suomen kohdalla ovat selkeitä. Revenue managementin periaatteita ja käytäntöjä sovelletaan toistaiseksi vain suurimpiin matkailuyrityksiin. Pienten ja keskisuurten matkailuyritysten kohdalla sen sijaan ei ole tarpeeksi tietämystä revenue managementista. Samalla näyttää myös siltä, että alan ammattilaisilta, erityisesti hotelli- ja majoitussektorilla puuttuvat tarpeelliset revenue managementiin liittyvät johtamistaidot.

Kirjan sisällön kuvaus lyhyesti:

1. Palvelujen piirteet ja niiden vaikutus markkinointiin ja kannattavuuteen

- palvelujen piirteet
- palvelujen piirteiden vaikutukset markkinointiin
- revenue managementin synnyn syyt

2. Revenue managementin periaatteet

- Revenue managementin tarkoitukset ja tavoitteet
- hintadifferointi ja sen merkitys kannattavuuteen
- kapasiteetin käyttö ja sen merkitys kannattavuuteen

3. Revenue managementin työkalut

- Hinnoittelun hallinta
 - . hintaluokkien luominen
 - . hintasääntöjen luominen
 - . hintaluokkien hallinta
- Kapasiteetin käytön hallinta
 - . kapasiteetin sopeuttaminen kysyntään
 - . asiakkaan saapumiseen vahvistamiseen tähtäävät toimenpiteet
 - . ennakkovaraukset
 - . ylibookkaus jne

. palvelun käyttöaikojen optimointikeinot

- Kysynnän ennakoiminen
- Kysynnän segmentointi
- Revenue managementin järjestelmät

3. Revenue managementin soveltaminen eri sektorille

- Lentoliikennetoiminta
- Hotellitoiminta
- Autonvuokraustoiminta
- Terveystenhoito

4. Revenue managementin vaikutukset ja sen tulevaisuus

- vaikutukset organisaatioon
- Revenue managementin ja markkinoinnin väliset suhteet
- Revenue managementin vaikutukset asiakastyytyvyyteen
- Revenue management ja e-commerce
- Strateginen RM