

HRS Industry Insight – Hotel Sourcing Report

Ottobre 2019

Continuous Sourcing

Trasparenza & Risparmio

I cambiamenti della tecnologia permettono a Travel Manager e ufficio Procurement di adattare le modalità di approvvigionamento degli hotel e ottenere il massimo vantaggio dalla fluttuazione delle tariffe e dalle peculiarità geografiche.

Ad HRS lo chiamiamo Continuous Sourcing e consente ai Travel Manager di abbandonare il processo annuale di RFP a favore di una relazione continuativa con gli hotel. Il benchmark delle tariffe, combinato con dati accurati sul prenotato, aiuta ad assicurare che le aziende ottengano le migliori tariffe negoziate. Le tariffe contrattate a marzo infatti con molta probabilità non tengono in considerazione le dinamiche globali di agosto. La negoziazione annuale non è pertanto più sufficiente.

E' importante che i Travel Manager si possano avvicinare alle logiche ed alle efficienze offerte dal Continuous Sourcing

Tre semplici passaggi per iniziare:

1. Avvicinati al Continuous Sourcing. Non serve investire molto tempo per fare propri i concetti basilari.
2. Costruisci un caso aziendale. Utilizza i dati esistenti e fai ulteriori ricerche sulle dinamiche delle tariffe nei tuoi mercati principali. Probabilmente scoprirai scenari tariffari differenti e migliori rispetto a quelli di cui hai usufruito l'anno precedente.
3. Sii trasparente con gli alberghi del tuo hotel program. Il cambiamento di approccio dal RFP annuale è probabilmente nuovo anche per loro. Potrebbero avere delle riserve, ma il Sourcing continuativo offre benefici anche lato hotel.

Contatta un consulente Sourcing HRS per saperne di più.

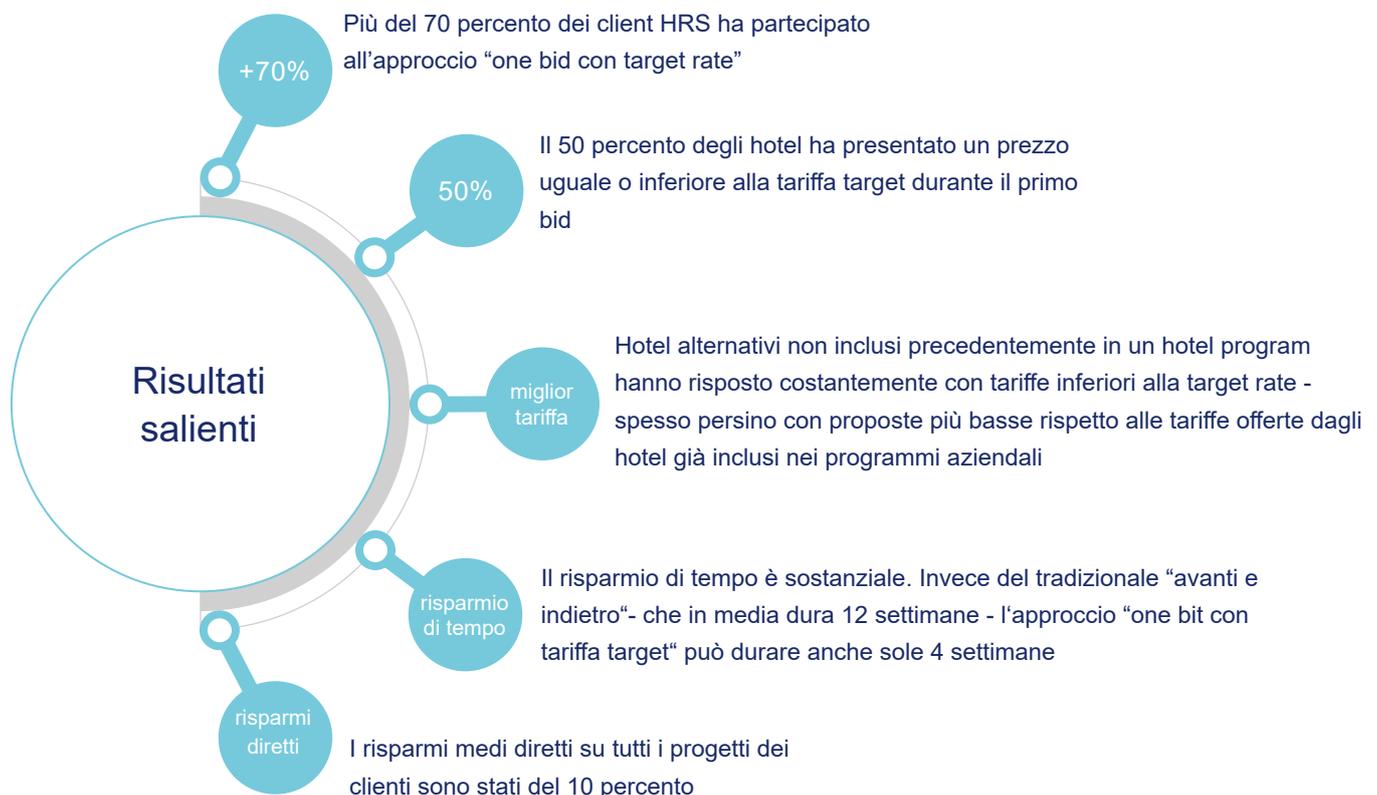


Un Nuovo Approccio agli RFP

One Bid con Target Rate

Un approccio efficace per le aziende che desiderano ridurre drasticamente il tempo da investire negli RFP degli hotel è dato dal nuovo scenario “one bid con target rate”, che HRS ha implementato con successo.

Dall'anno scorso, HRS promuove l'idea - dopo aver analizzato le tariffe di benchmark e aver determinato anticipatamente il volume di room night previsto per le destinazioni business - che le aziende semplicemente indichino agli hotel tramite HRS la tariffa target che stanno cercando, ponendo fine al ripetitivo “avanti e indietro” delle tradizionali trattative con gli hotel.



Risparmio tariffario. Risparmio di tempo. Relazione più efficiente con fornitori alberghieri esistenti e potenziali. Contatta un tuo rappresentante HRS per vedere come “one bid con target rate” può funzionare per il tuo programma.

Focus sulle destinazioni:

San Francisco

In ogni report, ci focalizziamo su una particolare destinazione business, toccando specificità riguardanti il contesto negoziale e condividendo dati, dettagli sulle tariffe e tendenze.

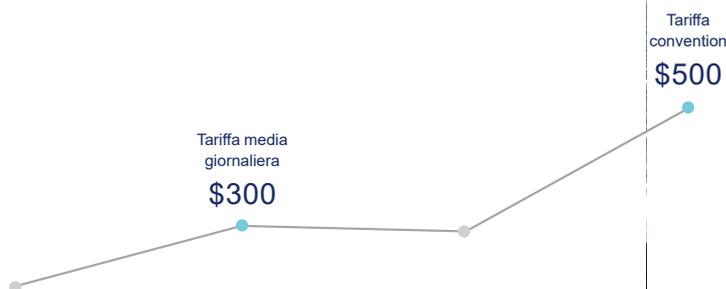
► Un hub innovativo con la reputazione di essere difficilmente accessibile

San Francisco è conosciuta come uno dei centri di innovazione più importanti del mondo. Giganti Tech come Apple, Facebook, Google, Salesforce e Twitter hanno le loro radici qui. Anche il settore dei

viaggi ha la sua quota di aziende con sede a San Francisco: Airbnb ha sede nell'area metropolitana, così come Lyft e Uber. Queste aziende continuano a crescere, sia tramite una crescita organica del business sia tramite acquisizioni aziendali, con una vasta gamma di aziende dell'indotto che prosperano dando lavoro ad una vasta popolazione di dipendenti aziendali.

Le tariffe alberghiere nell'area di San Francisco sono state a lungo una sfida per i gestori di programmi alberghieri aziendali. La capacità alberghiera nell'area non ha tenuto il passo con la maggiore presenza aziendale e le logiche di mercato hanno spinto le tariffe medie giornaliere oltre i 300\$, con tariffe che raggiungono i 500\$ quando ci sono convention. In aggiunta, il Moscone Convention Center ha appena terminato un rinnovamento durato quattro anni costato 551 milioni di dollari e mirato ad attirare un numero maggiore di eventi tecnologici.

I professionisti più esperti sanno che se possibile è meglio evitare di viaggiare a San Francisco durante eventi come l'OpenWorld di Oracle e DreamForce di Salesforce a causa delle tariffe alle stelle; questo tipo di scenari tariffari sarà sempre più probabile perchè il rinnovato centro congressi ospiterà un numero crescente di eventi nei mesi e negli anni a venire.



I clienti di HRS sono stati in grado di mantenere su livelli ragionevoli gli aumenti delle tariffe sfruttando relazioni di lunga data con hotel selezionati. In mercati ad alta domanda come San Francisco, il consolidamento dei volumi è assolutamente vitale per mantenere le tariffe in linea. Con un approccio completamente automatizzato in outsourcing, i Travel Manager sono stati in grado di ottenere in media tariffe inferiori del 10,8% rispetto alla media dei programmi:

★★★ stelle:	- 9% inferiore alla tariffa aziendale media
★★★★ stelle:	-11% inferiore alla tariffa aziendale media
★★★★★ stelle:	- 7% inferiore alla tariffa aziendale media

Dettagli delle negoziazioni a San Francisco:

- I Buyer dovrebbero prestare attenzione a negoziare in modo da includere la disponibilità dell'ultima camera (LRA). Un esame dei contratti alberghieri di San Francisco ha rilevato che un intervallo dal 96% al 99% dei contratti includeva una clausola per LRA.
- I Travel Manager dovrebbero anche assicurarsi che le loro tariffe negoziate siano disponibili in tutte le date - indipendentemente dagli eventi che si svolgono in città - quando viene effettuata una richiesta di prenotazione.
- Poiché la regione è così propensa alla tecnologia, il WiFi è in genere incluso gratuitamente. Ma i Buyer dovrebbero tenere presente questo tema e assicurarsi che sia coperto nei loro accordi con i fornitori.

Fonte dei dati:

Analisi HRS su milioni di roomnight gestite in outsourcing per clienti globali a San Francisco nel 2019.

<http://www.hotelnewsnow.com/Articles/293998/STR-US-hotel-results-for-week-ending-16-February>

<https://www.sfchronicle.com/business/article/551-million-Moscone-Center-expansion-a-bid-to-13506988.php>

<https://www.sfchronicle.com/business/article/San-Francisco-passes-New-York-to-become-world-s-13760541.php>





Focus sui mercati verticali: Servizi Professionali

In ogni report, esaminiamo uno specifico mercato verticale riportando i trend più rilevanti. HRS collabora con uno spettro globale di aziende; i nostri dati di benchmark da tutto il mondo rendono possibile la redazione, l'analisi e il consolidamento delle spese aziendali. In questa edizione, ci concentriamo sul settore dei servizi professionali.

► Servizi professionali: un'industria globale da \$5 trilioni

Secondo il Professional Services Market Global Report, il mercato dei servizi professionali crescerà globalmente del 5,4% raggiungendo quasi 5 trilioni di dollari entro il 2020. Mentre più aziende si espandono all'interno di un'economia globale, non sorprende che la domanda di questi servizi sia in aumento. Le americane sono leader nei servizi professionali e rappresentano il 40 per cento del totale a livello globale.

Oltre il 70 per cento delle società di servizi professionali è focalizzata in consulenza, desing, promozione e ricerca; il resto si suddivide quasi uniformemente tra servizi legali e contabili. Questi ultimi, tuttavia, stanno crescendo rapidamente in quanto le aziende esternalizzano sempre più la gestione di salari, revisione contabile, dichiarazioni fiscali e altri servizi finanziari.

Dipendenti e consulenti di società impegnate nei servizi professionali sono generalmente professionisti altamente esperti nel loro settore e per questo sono altamente remunerati. Viaggiatori in questa fascia demografica aziendale, non a caso, in genere prevedono hotel di alto livello quando sono in trasferta. Di conseguenza, le società di servizi professionali hanno spesso spese alberghiere elevate. Detto questo, facendo leva sui volumi, un benchmarking efficace e l'impegno a utilizzare i fornitori scelti, i gestori dei programmi alberghieri di questa categoria sono riusciti a risparmiare (in media) il 12,3% per cento rispetto alla media dei programmi. Di seguito il dettaglio dei risparmi per categoria di hotel che gli acquirenti di servizi professionali hanno potuto ottenere nel 2019:

★★★ stelle:	- 9% inferiore alla tariffa aziendale media
★★★★ stelle:	-12% inferiore alla tariffa aziendale media
★★★★★ stelle:	- 11% inferiore alla tariffa aziendale media

Dettagli delle negoziazioni
dei Servizi Professionali:

- Come sempre, i Travel Manager in qualsiasi mercato verticale dovrebbero bloccare l'ultima Camera Disponibile (LRA) nei loro contratti con i fornitori di hotel. Questo è particolarmente vero per i viaggiatori dei servizi professionali, che non reagirebbero bene a problemi dell'ultimo minuto. Un'analisi dei contratti alberghieri di società di servizi professionali ha rilevato un intervallo dal 68% all'88% dei contratti che includono una clausola per LRA*.
- Tra il 77% e l'86% dei contratti dedicati includono la colazione

Fonte dei dati:

Analisi HRS delle roomnight gestite in outsourcing per le società di servizi professionali globali per il 2019

*percentuale di contratti hotel inclusi l'ultima camera disponibile (LRA - Last Room Availability) alla tariffa contrattata

