

FORECASTING AT HARD ROCK

1. Describe three different forecasting applications at Hard Rock. Name three other areas in which you think Hard Rock could use forecasting models.

Hard Rock usa 3 técnicas diferentes de previsión:

- A largo plazo: como por ejemplo elaborando un plan de capacidad en sus establecimientos.
- A medio plazo: claramente visible en la previsión de alimentación como pollo o cerdo.
- A corto plazo: basado en los productos con más demandas en sus locales, es decir; café, cerveza, etc.

Podrían también elaborar técnicas de predicción en:

- A largo plazo: viendo cuál es la tónica habitual de los clientes, el tiempo de estancia de los mismos en el local y qué suelen consumir.
- A medio plazo: el número de camisetas, y productos típico de la marca que los clientes compran.
- A corto plazo: por ejemplo prediciendo las bebidas consumidas durante el día.

2. What is the role of the POS system in forecasting at Hard Rock?

El sistema Point-of-sale (POS) realiza una captura del número de veces que una persona atraviesa la puerta del establecimiento. Estos datos de la cantidad de entradas al local es enviado cada día a la central en Orlando donde existe una base de datos con los mismos.

3. Justify the use of the weighting system used for evaluating managers for annual bonuses.

Usan los datos obtenido en los 3 últimos años. Y lo hacen del siguiente modo: 40% de el año en curso, 40% del año anterior y el 20% de dos años atrás.

Así, de esta forma, obtienen una fuente de conocimiento sobre las tendencias en las ventas para mejorar el margen de negocio.

4. Name several variables besides those mentioned in the case that could be used as good predictors of daily sales in each cafe.

Algunas variables en las que se basan para hacer las predicciones son por ejemplo los productos vendidos, la cantidad de gente que entra en el local, o las mesas que son usadas en ciertos días.

5. At Hard Rock's Moscow restaurant, the manager is trying to evaluate how a new advertising campaign affects guest counts. Using data for the past 10 months(see the table) develop a least squares regression relationship and then forecast the expected guest count when advertising is \$65.000.

Month	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Guest (in thousands)	21	24	27	32	29	37	43	43	54	66	71.5
Advertising (in \$ thousands)	14	17	25	25	35	35	45	50	60	60	65

