

Attaquons nous à bâtir toute la structure d'une stratégie Revenue Management solide. Pour ce faire, l'hôtelier va devoir là encore, modifier son agenda en adoptant un plan d'actions à suivre jour après jour en vue d'optimiser au mieux son résultat.

Les clés de la réussite : Distribuer au bon client, via le canal idéal, au meilleur tarif, le tout en se basant sur un plan d'actions simple, minutieusement préparé et mis-à-jour si besoin quotidiennement.

En effet, tous les clients ne se valent pas, et ne sont pas prêts à payer le même montant et au même moment.

Objectifs :

- Cibler le « bon client » en fonction de son marché
- Bâtir un plan d'actions d'optimisation de son chiffre d'affaires jour par jour
- Mieux gérer au quotidien sa tarification et sa distribution
- Améliorer le rendement d'une chambre
- Favoriser sa distribution directe et réduire sa dépendance aux OTA.



Public

Chefs d'entreprise, gérants, directeurs, réceptionnistes, agents de réservation, commerciaux internes, commerciaux externes ainsi que toute personne en charge de la commercialisation d'un hôtel-restaurant.



Prérequis

Être en activité au sein de l'établissement et à l'aise avec les chiffres.



Durée/Tarif

Volume horaire : 2 journées (14h)

- Si 4 apprenants : à partir de 700€ HT / apprenant
- Si 6 apprenants : à partir de 460€ HT / apprenant Possible en INTRA ou INTER



Matériel et outils pédagogiques

- 1 salle de réunion équipée d'un paperboard
- Ordinateur avec connexion internet et webcam
- Paperboard, Documents Powerpoint, Word, Excel, Emails édités par HOSPITALI-T., SOCRATIVE (Quizz), KAHOOT (Battle question)



Méthode pédagogique

Cette formation-action se veut résolument pratique. Elle se base sur des méthodes actives et participatives basées sur des apports méthodologiques et des exercices d'application et de mise en pratique.



Programme

- 1) Définition des objectifs et des termes techniques
- 2) Analyse du mix client et de ses cibles
- 3) Analyse de sa stratégie tarifaire actuelle
- 4) Etablissement d'une méthodologie quotidienne
- 5) Implémentation de bonnes pratiques de distribution
- 6) Test d'évaluation des connaissances



Contenu

- Définir et comprendre l'évolution de la Propension à payer
- Avoir une vue de son mix globale et journalier : impératif !
- Adapter sa stratégie marketing en fonction de son mix et définir ses cibles
- Analyser / repenser sa construction tarifaire : logique - écarts
- Réaliser des tests sur les tarifs : offres - différences
- Etablir un plan d'actions d'optimisation des résultats
- Mise en place des bonnes pratiques pour rééquilibrer sa balance direct / indirect



Individualisation du parcours

Un entretien sera réalisé avec le responsable en amont de la formation. Lors de cet entretien seront évalués :

- L'adéquation entre les attentes du responsable et la formation
- Les besoins spécifiques du responsable et des collaborateurs

Les formateurs adapteront leur intervention en fonction des besoins.



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap en situation de handicap seront analysés et pris en charge dans la mesure du possible.



Formation en présentiel

sur le lieu de votre établissement ou hôtel du groupe

Formation en distanciel possible

Langue: Français

Responsable pédagogique
Adrien GUILLAUME