

## Concevoir et déployer une stratégie de Revenu Management dans un établissement hôtelier

Formation certifiante - RS6570

### Objectifs

- Analyser l'écosystème technologique de l'établissement hôtelier
- Collecter des données et analyser les indicateurs spécifiques
- Mettre en place une stratégie, créer des offres, élaborer un budget et ajuster la stratégie
- Animer les équipes de ventes

### Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

### INFORMATIONS PRATIQUES

**Durée :**

6 jours - 42 heures

**Formats :**

Présentiel et distanciel

**Pré-requis :**

- Maîtrise de la langue française
- Maîtrise de base du logiciel Excel

**Public concerné :**

- Équipe de réservations
- Équipe commerciale et marketing
- Équipe de réception
- Responsable de service
- Équipe de direction du site

**Modalités d'évaluations :**

- Mises en situation orales reconstituées
- Études de cas
- Questionnements oraux
- Attribution de la certification par un jury de certification
- Possibilité de passer en rattrapage les compétences non-acquises

**Points forts de la formation :**

- Des formateurs experts, expérimentés et passionnés
- Une formation impliquante et pratico-pratique
- Des outils et des méthodes activables immédiatement après la formation.

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.

## Programme

### Connaître les constituants et indicateurs RM

Le yield management, pourquoi ? Histoire, définition, enjeux  
La règle des "5P"  
Les instruments de mesure (RevPAR, TRevPAR, NRevPAR)  
La distribution indirect, comment ça fonctionne ? BtoB et BtoC

### Définir son écosystème

Définir son profil RM  
Instaurer une culture Yield au sein de son établissement  
Utiliser et maîtriser les outils RM du quotidien (documents opérationnels, veille concurrentielle...)  
Identifier sa concurrence  
Intégrer le RM dans la stratégie commerciale globale

### Construire son architecture tarifaire

L'échelle temps, la clé d'une tarification optimale  
Instaurer une tarification dynamique : cale tarifaire ou open pricing ?  
Construire sa structure tarifaire  
Créer ses conditions générales de ventes

### Établir sa stratégie et définir ses scénarii de vente

Définir ses jours types (1 jour = 1 scénario de vente)  
Mettre en place une stratégie par segment et apporteur  
Privilégier les ventes directes  
Les incontournables pour optimiser : Consignes de ventes, Channel Management, MLOS, Allotements, gestion des inventaires  
Mettre en oeuvre des offres commerciales

### Mettre en place un planning tarifaire

Analyser la demande globale  
Établir des prévisions  
Construire son planning tarifaire  
Animer et gérer son planning et son contingent

### Anticiper pour performer

Les étapes incontournables  
Anticiper pour performer : la chasse "au gaspillage"  
Apprendre à faire des choix : les 6 "C"  
Evaluer les risques de cannibalisation et de dilution



## MODALITÉS ET DÉLAI D'ACCÈS

1

Un entretien téléphonique pour vérifier que vos besoins et attentes soient alignés avec les objectifs de la formation.

2

Une fois cet élément validé : nous vous demandons de compléter le bulletin d'inscription

3

À réception, nous vous envoyons un contrat (pour les individuels) ou une convention (pour les entreprises) si le financement est différent du CPF.

## Programme

### Piloter son Yield au quotidien

- Mettre en place l'organisation en interne
- Maîtriser sa communication côté équipes et clients
- Gérer son positionnement tarifaire
- Calcul du coût de remplacement
- Gérer son inventaire
- Intégrer la notion de TrevPAR et revenus annexes
- Les ventes additionnelles : upsell et crossell
- Revenue Integrity et sécurisation des réservations. Notion de "Bad bookings"
- Suivre ses montées en charge en Revenue
- Animer ses revenus meeting

### Gérer sa distribution directe et indirecte

- Favoriser la distribution et vente directe : méthode ROPP
- Connaître et savoir utiliser les outils des partenaires de distribution
- Optimiser son mix grâce aux restrictions : quotas, MLOS, CTA

### Établir des prévisions

- Comment utiliser la data historique et prospective ?
- Quelle méthode de prévision utiliser ?
- Intégrer la gestion des no-shows, options et annulations dans votre stratégie
- Anticiper une stratégie quotidienne à 360° : Distribution, Réception, Commercial

### Évaluer ses résultats

- Identifier ses indicateurs avancés de mesure de la performance
- Mix-apporteur, mix-client, revenue/jour, revenue/catégorie

## Méthodologie

Nombreuses mises en situations, étude de cas et illustrations, pour favoriser l'ancrage des acquis.  
Interventions d'experts et de partenaires technologiques pour se familiariser avec l'écosystème.  
Points de suivis réguliers avec le formateur pour favoriser la montée en professionnalisation