

## Niveau 1

# Revenue Management : Kezako ?

"Comprendre les bases du Revenue Management pour mieux vendre."

## Objectifs

- Connaître les constituants et indicateurs RM
- Définir son écosystème RM
- Construire son architecture tarifaire
- Construire sa stratégie et ses scénarios
- Mettre en place un planning tarifaire

## Bénéfices

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

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Durée :

2 jours - 14 heures

### Formats :

Présentiel ou distanciel

### Effectif minimum :

2 personnes

### Types :

Inter ou intra entreprises

### Pré-requis :

- Avoir un ordinateur à sa disposition
- Maîtrise de l'outil informatique

### Public concerné :

- Gérant
- Directeurs
- Assistant de direction
- Chef de réception
- Réceptionnistes
- Equipes commerciales
- Nouvel Hôtelier

### Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices de mise en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



## UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

### AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

### PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

### APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

### TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

## Programme

### Connaître les constituants et indicateurs RM

Le yield management, pourquoi ? Historique, définition, enjeux

La règle des "5P"

Les Instruments de mesures (RevPAR, TRevPAR, NRevPAR)

La distribution indirecte, comment ça fonctionne ? Bto B & B to C

### Définir son écosystème RM

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

### Etablir 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 œuvre des offres commerciales

### Mettre en place un planning tarifaire

Analyse la demande globale

Établir des prévisions

Construire son planning tarifaire

Animer et gérer son planning et son contingent

## Méthodologie

Supports visuels avec animation en projection vidéo

Exposés théoriques

Formulation des problématiques

Définition d'une méthodologie opérationnelle

Mise en pratique des apports sur la base de mise en situation

Présentation de support sur Excel