

PROGRAMME DE FORMATION

Mettre en place une stratégie tarifaire et commerciale pour son hébergement touristique

Objectifs de la formation

- Identifier les principaux indicateurs de gestion
- Définir des tarifs compétitifs
- Optimiser la politique tarifaire et la distribution
- Élaborer un plan d'action stratégique

Programme

Avec l'évolution des attentes des voyageurs qui scrutent attentivement les meilleures offres et l'émergence fréquente de réservations de dernière minute, les propriétaires d'hébergements se trouvent confrontés à une problématique majeure : garantir un taux de remplissage optimal pour assurer la pérennité de leur activité. La clé pour relever ce défi réside dans la capacité à analyser les principaux indicateurs pour évaluer la performance passée, anticiper la demande afin d'avoir une vision prospective de l'occupation de son hébergement sur l'ensemble de l'année, et à élaborer une stratégie tarifaire intelligente qui permette de réagir efficacement aux fluctuations du marché.

Cependant, la mise en place d'une telle stratégie exige la prise en compte d'une multitude de paramètres, tels que l'ambition de l'hébergeur, le type d'hébergement, les périodes d'ouverture, la clientèle visée, la concurrence, le niveau de confort, les canaux de distribution, et les coûts d'exploitation.

Module 1 : Introduction et compréhension des concepts de base

- Connaissance du cycle d'exploitation et méthodes pour définir les tarifs
- Compréhension des principaux indicateurs du secteur touristique
- Introduction à la tarification et ses enjeux pour l'hébergement touristique
- Identification des facteurs internes et externes qui influencent les tarifs

Module 2 : Méthodes pour fixer les tarifs

- Apports théoriques sur les méthodes de tarification stratégique

Module 3 : Tableaux de bord et suivi des KPI

- Importance des KPI (Key Performance Indicators) dans la gestion tarifaire
- Création de tableaux de bord pour le suivi des taux d'occupation, des prix moyens, du RevPar ...

Module 4 : Mise en action

- Planification des actions à entreprendre avant la deuxième journée
- Préparation des beta tests pour la journée suivante
- Présentation des résultats des beta tests réalisés entre les deux journées
- Analyse des réussites et des difficultés

Module 5 : Distribution et Canaux de Commercialisation

- Présentation des différents canaux de distribution
- Stratégie de gestion des tarifs sur les différents canaux de commercialisation

Module 6 : Revenue Management

- Les bases du revenue management

Module 7 : Conclusion et plan d'actions

- Synthèse des concepts abordés



- Élaboration d'un plan d'actions pour l'application des connaissances

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Exercices ludopédagogiques et étude de cas concrets
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

cette formation se déroule en discontinu.

Public

Hébergeur : propriétaire de gîtes, chambres d'hôtes et meublés de tourisme en priorité, gérant de camping, hôtelier

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Marie DUPRAZ, formatrice et consultante spécialisée dans l'analyse de la performance économique de structures d'hébergement touristique et dans l'ingénierie de projets touristiques

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenante en fonction des objectifs visés : quizz, exercices et études de cas pratique
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

Durée

2.00 jour(s)
14:00 heures

