

RÉALISATION

Durée :

2 jours soit 14 heures

Format et participants :

2 à 12 participants
Inter/Intra en présentiel

Prérequis :

Maîtrise de la langue
française
Maîtrise de l'outil
informatique

Matériels ou équipements nécessaires :

Ordinateur
Stylo & carnet
Wifi performant

Méthodes pédagogiques :

Supports visuels avec
animation et projection
vidéo, exposé théorique,
formation des
problématiques, définition
d'une méthodologie
opérationnelle, mise en
situation, présentation de
supports sur Excel

Modalités d'évaluation :

En début de formation : Test
de niveau sous forme de
QCM

En cours de formation :
Exercices en situation

En fin de formation : Test
d'évaluation sous forme de
QCM

Prix :

À partir de 1300€ par jour en
intra et à partir de 175€ par
jour et par personne en inter

CONTACT :

THE ORIGINALS ACADEMY

TEL : 01 44 84 44 07

academy@theoriginalshotels.com

REVENUE MANAGEMENT : KEZAKO

Pour vendre mieux

Public :

Gérant, Directeur, Assistant de direction, Chef de réception,,
Réceptionniste, Equipe commerciale, Nouvel Hôtelier

Objectifs :

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

Programme :

Connaître les constituants et indicateurs RM

Historique et Fondements
Quels 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 scénarios 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
Etablir des prévisions
Construire son planning tarifaire
Animer et gérer son planning et son contingent

Sas IDÉHOTEL - N° Siret 513 613 703 00026

22, rue Maurice Grimaud - 75018 Paris

Déclaration d'activité enregistrée sous le N°11 75 46542 75 auprès du pret de la
région Ile de France