

Durée

14 heures (2 jours) – Présentiel ou Distanciel

Public cible

Gérants, directeurs, adjoints, chefs de réception, assistants de direction, équipes commerciales, hôteliers souhaitant comprendre et appliquer les leviers du Revenue Management.

Prérequis

Maîtriser les bases de l'outil informatique. Apporter un ordinateur portable.

Modalités d'évaluation

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Optimiser ses revenus avec le yield management

14h



Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de:

- Comprendre les principes fondamentaux du Revenue Management (historique, définitions, enjeux et leviers).
- Identifier les bons indicateurs de performance (RevPAR, TRevPAR, NRevPAR) et savoir les interpréter.
- Analyser leur écosystème commercial : segmentation, concurrence, canaux de distribution.
- Construire une architecture tarifaire cohérente avec leur positionnement.
- Mettre en œuvre une stratégie de yield dynamique et définir des scénarios de vente adaptés aux segments.
- Créer et piloter un planning tarifaire en lien avec la demande et les prévisions.
- Instaurer une culture Yield Management au sein de leur équipe et communiquer efficacement sur la politique tarifaire.
- Suivre et ajuster les performances pour améliorer la rentabilité globale.



Méthodes pédagogiques

Inductive : partir des pratiques réelles du secteur hôtelier pour faire émerger les leviers de performance.

Active : études de cas, exercices de simulation tarifaire, jeux de rôle sur les scénarios de vente.

Expositif : apports structurés et visuels sur les concepts, les indicateurs et les modèles de calcul.

Coopérative : co-construction de grilles tarifaires et de plannings de vente entre pairs.

Réflexive : auto-diagnostic initial et plan d'action final individuel.

Moyens pédagogiques

- Formation en présentiel, interactive et participative.
- Salle équipée (vidéoprojecteur, paperboard).
- Supports projetés (PPT dynamiques, vidéos, exemples réels). Outils Excel pour les exercices tarifaires.
- Exercices de simulation et quiz formatifs tout au long du parcours. Mises en pratique collectives et échanges d'expériences.



Présentiel



Distanciel



Outils et supports pédagogiques

- Support de formation complet (PowerPoint interactif et livret de synthèse).
- Fiches outils « Indicateurs clés du RM », « Modèle de grille tarifaire », « Plan de vente type ».
- Cas pratiques issus du secteur hôtelier. Quiz « Yield Game » pour tester les décisions tarifaires. Modèle Excel de planning tarifaire. LMS (Keyro).

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Lexique RM
- Templates de calculs (RevPAR, TRevPAR, prévision).
- Grille tarifaire personnalisable et modèle de plan d'action post-formation.
- Certificat de réalisation

Optimiser ses revenus avec le yield management



Programme et contenu

SÉQUENCE 0 (30 MINUTES) – INTRODUCTION

Objectifs : Accueillir le groupe et présenter les objectifs de la formation. Identifier les attentes et le niveau initial des participants. Créer une dynamique d'échanges autour du sujet du Revenue Management.

Modalités : Quiz d'introduction « Le RM, keza ? » – brise-glace collectif. Tour de table interactif sur les pratiques et difficultés actuelles.

Message clé : « Le Revenue Management n'est pas qu'une question de prix, mais une stratégie globale.

Chaque établissement, quel que soit son niveau, peut agir sur ses leviers de rentabilité. »



SÉQUENCE 1 (1H30) – COMPRENDRE LES BASES DU REVENUE MANAGEMENT

Objectifs : Découvrir les origines et le rôle du Revenue Management. Comprendre les indicateurs fondamentaux : TO, PM, RevPAR, TRevPAR, NRevPAR. Identifier les leviers d'action pour maximiser le chiffre d'affaires.

Modalités : Apports illustrés (PPT dynamique). Étude de cas d'un hôtel type : analyse d'un tableau de bord RM. Mini-débat : « Baisser les prix = vendre plus ? »

Message cle : « Le RM repose sur le bon équilibre entre prix, valeur et demande. Les indicateurs sont des outils de pilotage, pas des fins en soi. »



SÉQUENCE 2 (2H) – DÉFINIR SON ÉCOSYSTÈME RM

Objectifs : Cartographier les canaux de distribution et comprendre leurs interactions. Identifier la concurrence et les segments clients prioritaires. Diagnostiquer la position tarifaire de son établissement.

Modalités Atelier collaboratif : cartographie des canaux B2B/B2C, OTA, GDS, site direct. Travail en binôme : diagnostic tarifaire à partir de fiches comparatives. Débrief collectif : les erreurs fréquentes dans la gestion de la distribution.

Message clé : « Le RM commence par la connaissance de son marché. Un bon équilibre entre ventes directes et indirectes garantit la performance. »



Outils et supports pédagogiques

- Support de formation complet (PowerPoint interactif et livret de synthèse).
- Fiches outils « Indicateurs clés du RM », « Modèle de grille tarifaire », « Plan de vente type ».
- Cas pratiques issus du secteur hôtelier. Quiz « Yield Game » pour tester les décisions tarifaires. Modèle Excel de planning tarifaire. LMS (Keyro).

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Lexique RM
- Templates de calculs (RevPAR, TRevPAR, prévision).
- Grille tarifaire personnalisable et modèle de plan d'action post-formation.
- Certificat de réalisation

Optimiser ses revenus avec le yield management

SÉQUENCE 3 (3H) – CONSTRUIRE SON ARCHITECTURE TARIFAIRE

Objectifs : Concevoir une structure tarifaire claire et cohérente. Comprendre les principes de la cale tarifaire et de l'open pricing. Définir les conditions générales de vente associées à chaque tarif.

Modalités : Apports structurés sur les modèles tarifaires. Exercice de simulation : création d'une grille tarifaire adaptée à son établissement. Échanges entre pairs : validation et ajustements collectifs.

Message clé : « Le RM est un apprentissage continu : tester, observer, ajuster. La performance vient de la régularité et du suivi des indicateurs. »



SÉQUENCE 4 (2H45) – ÉTABLIR UNE STRATÉGIE ET SES SCÉNARIOS DE VENTE

Objectifs : Définir les jours types et les segments de vente. Construire des scénarios de yield selon la saisonnalité et la demande. Identifier les leviers d'optimisation : MLOS, allotements, channel management.

Modalités : Cas pratiques : élaboration de scénarios de vente à partir de situations réelles. Mini-jeu « les 3 leviers du RM » : décider vite, justifier ses choix. Débrief collectif et correction argumentée.

Message clé : « Une architecture tarifaire cohérente garantit lisibilité et marge. Le tarif n'est pas figé : il vit avec la demande. »



SÉQUENCE 5 (2H45) – METTRE EN PLACE ET PILOTER UN PLANNING TARIFAIRE

Objectifs : Élaborer un planning tarifaire dynamique. Analyser les prévisions de demande et ajuster les prix en conséquence. Intégrer la saisonnalité, les événements et les contraintes d'inventaire.

Modalités : Exercice guidé sur tableur Excel : création d'un calendrier tarifaire. Analyse collective d'exemples concrets d'hôtels indépendants. Mise en commun des bonnes pratiques et retours d'expérience.

Message clé : « La stratégie tarifaire doit s'adapter en continu à la demande réelle. Les bons réglages viennent de l'observation et de l'anticipation. »



SÉQUENCE 6 (1H30) – CONCLUSION ET PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

Objectifs : Synthétiser les acquis et identifier ses leviers prioritaires. Formaliser un plan d'action concret à 3 mois. Évaluer les progrès réalisés pendant la formation.

Modalités : Auto-évaluation finale et quiz de validation des acquis. Atelier individuel : rédaction de son plan d'action RM personnalisé. Échanges et engagements collectifs autour des bonnes pratiques.

