

AFLYHT 2016

POITIERS

18 mars 2016

ALAIN SADIRAC – PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI JOANNY –
ETUDIANT BTS RH SUR LE PROJET DE COMMERCIALISATION DE
L'HÔTEL DU LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE

PEUT-ON OU DOIT-ON CONSIDÉRER L'HÔTEL D'APPLICATION COMME UNE SOURCE DE REVENUS POUR UN LYCÉE HÔTELIER ?

18 mars 2016

ALAIN SADIRAC - PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI JOANNY -
ETUDIANT BTS RH SUR LE PROJET DE COMMERCIALISATION DE
L'HÔTEL DU LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE

L'HÔTEL D'APPLICATION DOIT-IL ÊTRE UTILISÉ DANS UN SEUL BUT PÉDAGOGIQUE ?

18 mars 2016

LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE
ALAIN SADIRAC - PROFESSEUR EN MARKETING
JOANNY - AEAUND SANDI FBATS - R IP FSOJFE S S ERJRO DIET MDAER KETING
RÉMI COMMNERGIAETIUSATAANT SÖLERLLIÉ OPTEQJBTU DE CÉCEMEMIÆRRIAZISATION
ATLANTIQUE L'HÔTEL

PEUT-ON ENCORE FORMER DES PROFESSIONNELS DE L'HÉBERGEMENT SANS UTILISER DES OUTILS DE RÉSERVATION PAR INTERNET ?

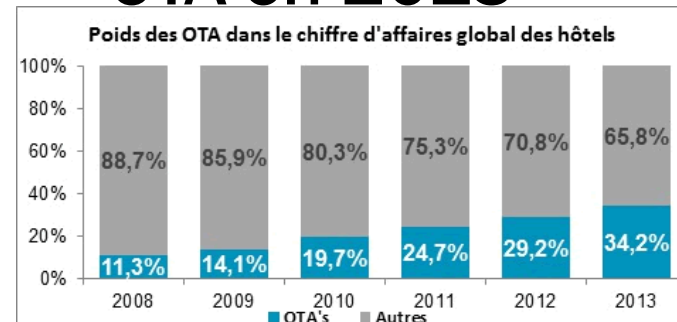
18 mars 2016

LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE
ALAIN SADIRAC - PROFESSEUR EN MARKETING
JOANNY - AEA UN SAUNDI FBATS - R IP FSOUFE S S ERJRO DIET MDAER KETING
RÉMI COMMNERGIAETILSDATAION SDRLLIE OPTREQJBTU DE CÉCEMEMIÆRRITAZIATION
ATLANTIQUE L'HÔTEL

MODE DE RÉSERVATION DES CLIENTS AUJOURD'HUI

93 % des clients recherchent les hôtels par internet (Coach Omnium)

34,2 % des réservations on été faites sur des OTA en 2013

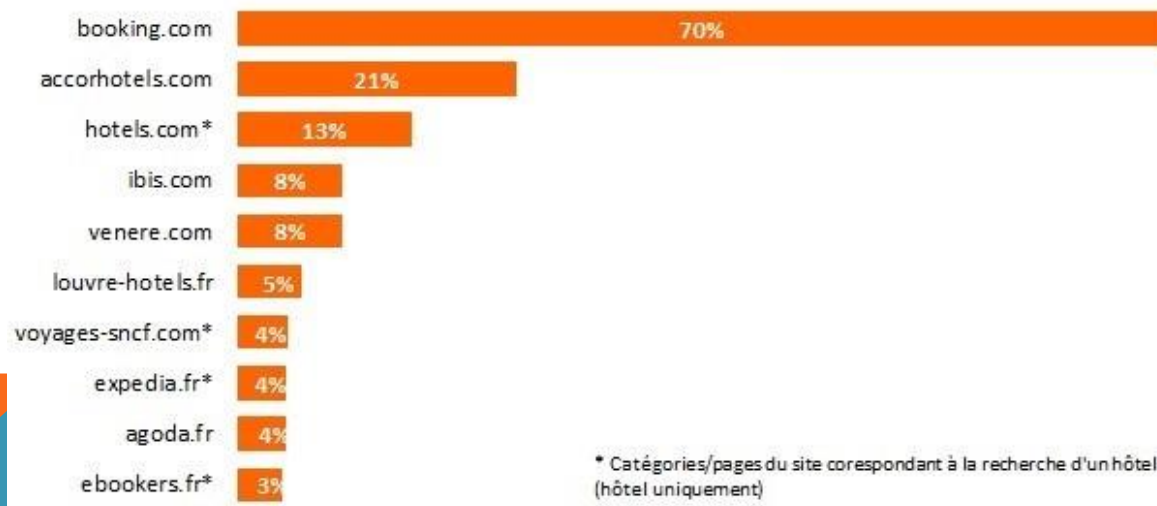


18 mars 2016

Booking.com

70 % des réservations OTA sont issues du canal Booking ;

Top 10 des sites marchands les plus visités par les e-shoppers d'hôtels
(en % des consommateurs ayant recherché des hôtels sur les sites marchands)



(Harris Interactive)

18 mars 2016

QU'EST-CE QU'UN SYSTÈME DE RÉSERVATION PAR INTERNET ?

Réservation directe

Site internet de l'établissement ;

- 0% commission ;
- L'hôtel est propriétaire des informations client ;
- Fidélisation des clients plus facile ;
- Faible visibilité car faible notoriété du site internet de l'hôtel.

30 %

Réservation indirecte

Agences en ligne : OTA's

- Visibilité importante grâce à une forte notoriété .
- 12 à 30 % de commission ;
- OTA propriétaire des informations client ;

70 %



PRÉSENTATION DU SYSTÈME



Réservation directe

Réservation indirecte

Système de réservation en ligne



Agence en ligne OTA



PMS
Système d'exploitation hôtelier

18 mars 2016

PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI
JOANNY ANIMATEUR BTS RH SUR LE PROJET DE
MERCURE HOTEL DU LYCÉE BIARRITZ
ATLANTIQUE

POURQUOI LE CHOIX DE NOVARESA

- Entreprise sociale ;
- Entreprise de proximité (Pau) ;
- Paramétrage simple, particulièrement bien adapté aux petits établissements ;
- Production d'une page publique de réservation conviviale, esthétique ;
- Disponibilité des techniciens ;
- Ouvert à toutes les suggestions pouvant améliorer le logiciel.

18 mars 2016

ALAIN SADIRAC – PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI JOANNY –
ETUDIANT BTS RH SUR LE PROJET DE COMMERCIALISATION DE
L'HÔTEL DU LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE

OBJECTIFS COMMERCIAUX ET FINANCIERS

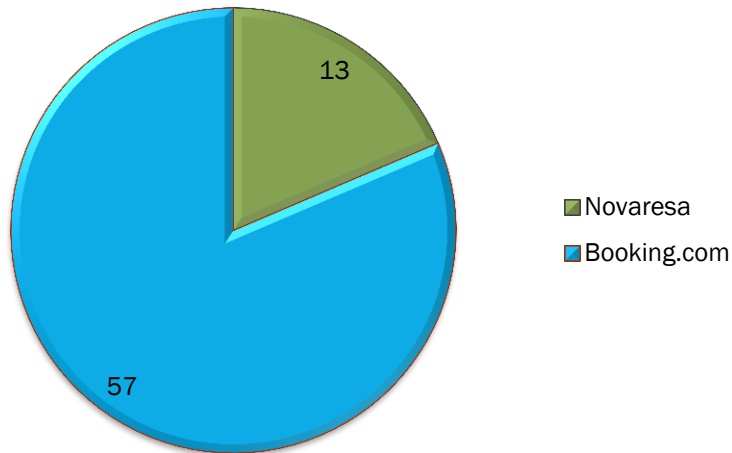
- Augmenter le T.O ;
- Augmenter le CA de l'hôtel ;
- Augmenter le Prix Moyen Chambre (grâce à une politique tarifaire dynamique) ;
- Développer des ventes additionnelles :
 - Petit déjeuner ;
 - Restaurant ;
- Créer des promotions ponctuelles mises en ligne rapidement, en réaction à un taux d'occupation faible ;
- Provoquer un impact sur l'image de l'hôtel d'application : innovation, modernité, dynamisme ;
- Casser le code du seul pédagogique.

18 mars 2016

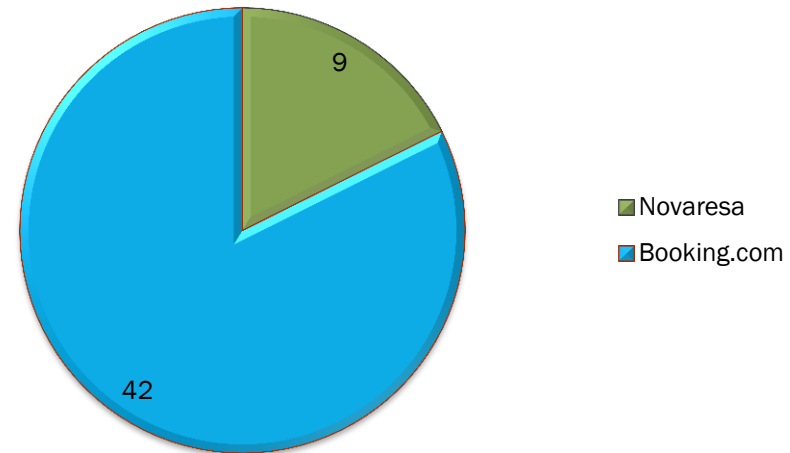
RÉSERVATIONS INTERNET HOTEL BIARRITZ ATLANTIQUE

PRISES ENTRE LE 05/08/15 ET LE 29/02/16

Nombre de Nuitées



Nombre de Chambres

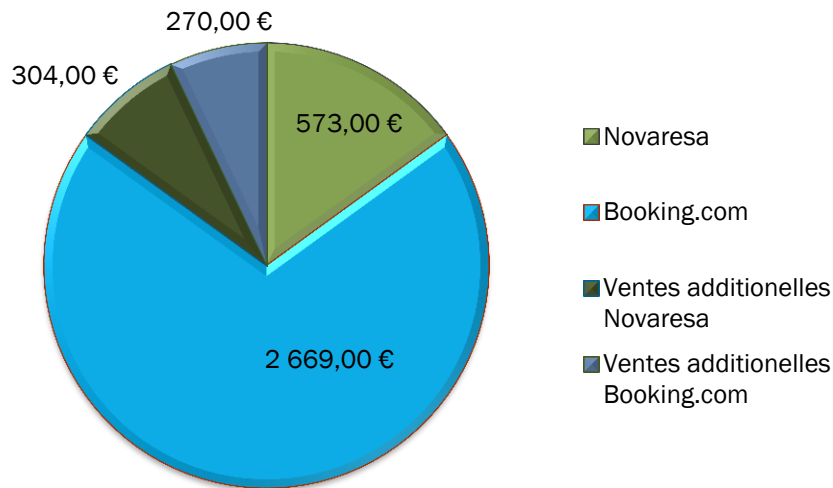


18 mars 2016

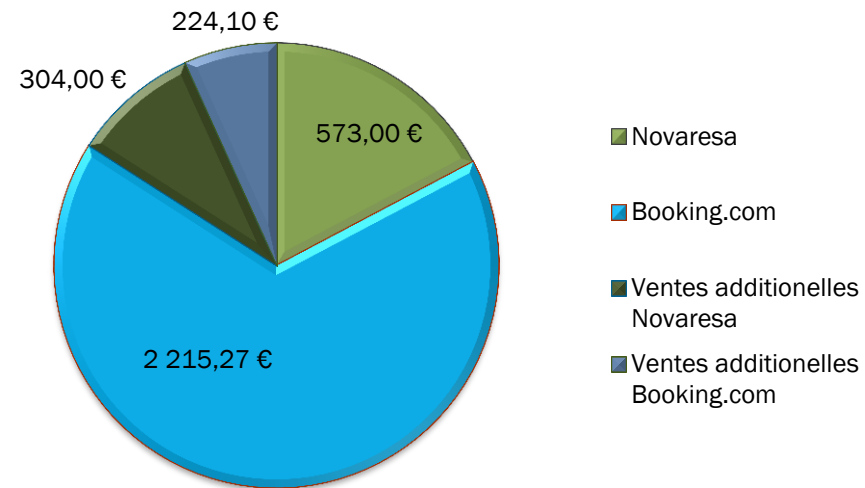
RÉSERVATIONS INTERNET HOTEL BIARRITZ ATLANTIQUE

PRISES ENTRE LE 05/08/15 ET LE 29/02/16

Chiffre d'Affaires Brut



Chiffre d'Affaires Net

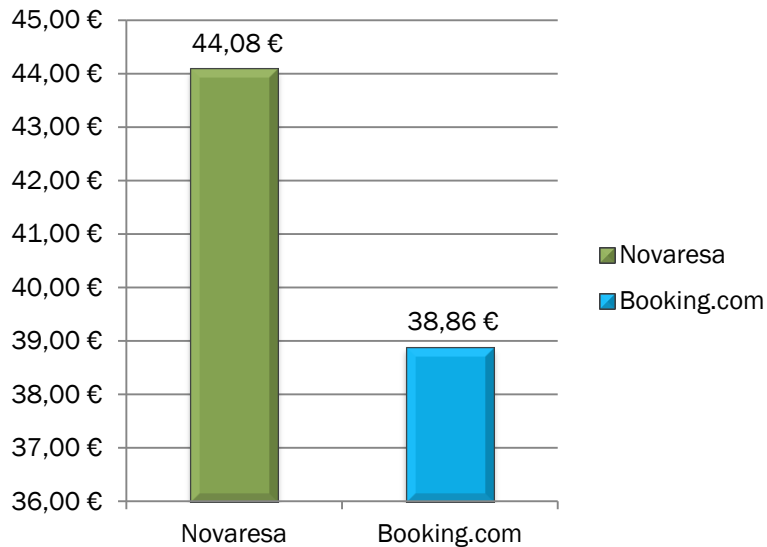


18 mars 2016

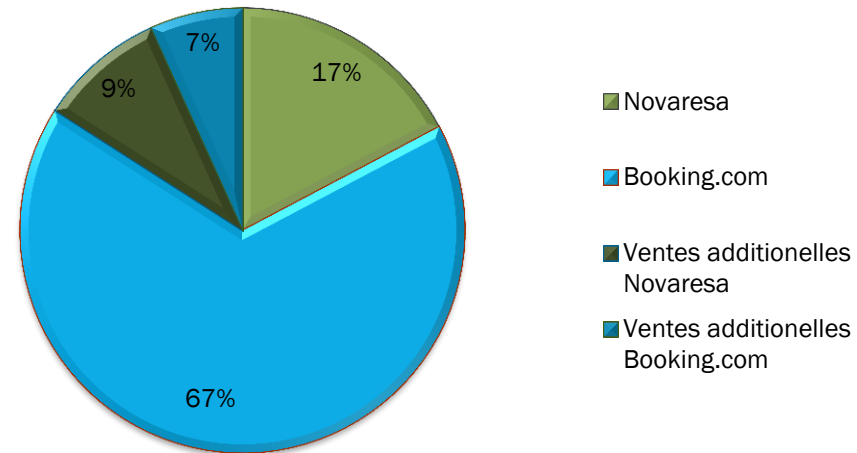
RÉSERVATIONS INTERNET HOTEL BIARRITZ ATLANTIQUE

PRISES ENTRE LE 05/08/15 ET LE 29/02/16

PMC



Chiffre d'Affaires Net

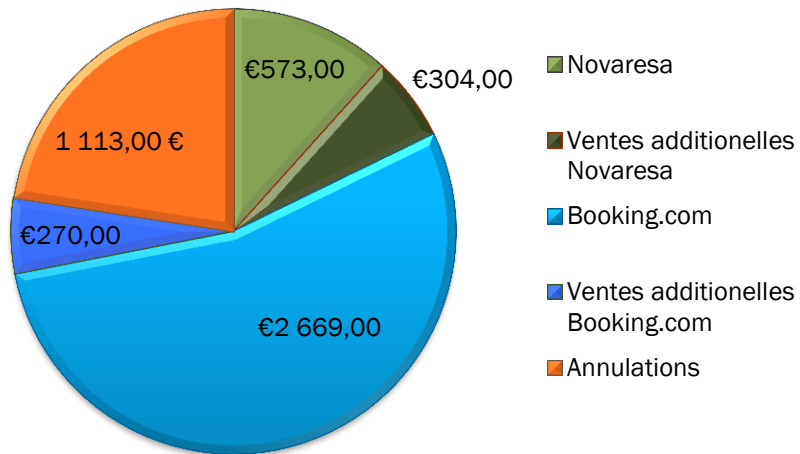


18 mars 2016

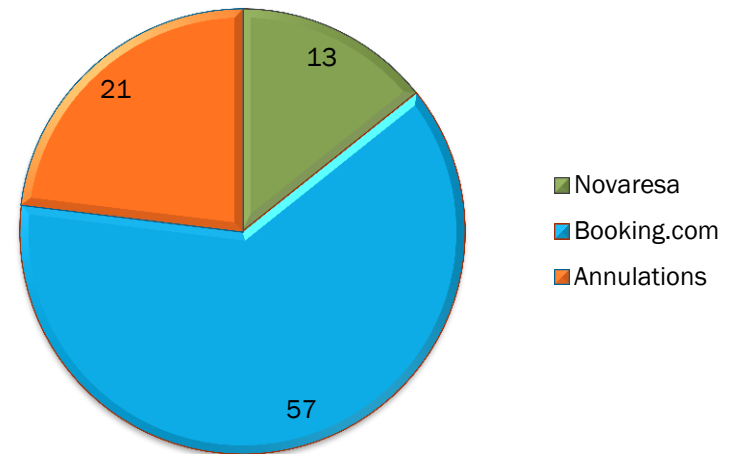
RÉSERVATIONS INTERNET HOTEL BIARRITZ ATLANTIQUE

PRISES ENTRE LE 05/08/15 ET LE 29/02/16

CA Brut avec annulations

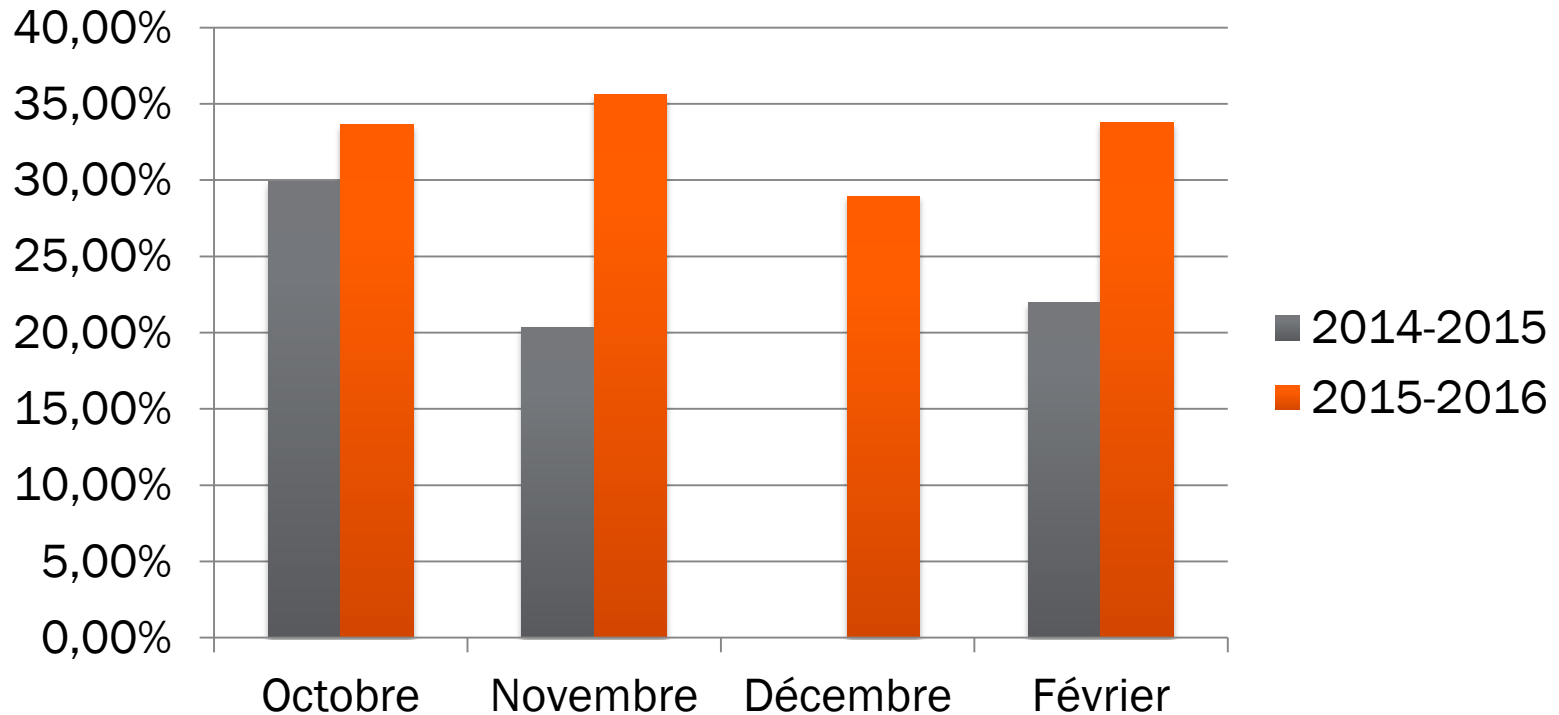


Nombre de Nuitées



18 mars 2016

EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION



18 mars 2016

ALAIN SADIRAC - PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI JOANNY -
ETUDIANT BTS RH SUR LE PROJET DE COMMERCIALISATION DE
L'HÔTEL DU LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Faire prendre conscience aux élèves et étudiants des évolutions de comportement de réservation du consommateur ;
- Former aux nouveaux systèmes de réservation ;
- Former à l'accueil en ligne (aujourd'hui aussi important que l'accueil en face à face) ;
- Apprendre à gérer les disponibilités chambres et allotement en ligne ;
- Travailler des politiques tarifaires dynamiques, uniquement efficaces en ligne ;
- Sensibiliser aux conséquences de l'outil technologique sur le management d'une réception ;
- Gérer la communication en lien avec le système de réservation en ligne : avis en ligne, réseaux sociaux, newsletter...

18 mars 2016

CONTRAINTES DE MISE EN PLACE DU SYSTÈME

- Prévoir une galerie de photos : minimum 20 photos, c'est ce que demande Booking ;
- Identifier tous les produits (chambres, restaurant, forfaits) à mettre en ligne avec descriptif précis ;
- Définir la politique tarifaire :
 - Stratégie de prix fixes ;
 - Stratégie de prix dynamiques (early booking, ...) ;
- Définir les conditions d'annulation associées à chaque tarif ;
- Définir les conditions de paiement ;
- Générer un processus de V.A.D. ;
- Créer des Conditions Générales de Vente (C.G.V.).

Dans le cas d'un choix de channel manager, tous les produits doivent être « mappés », donc identiques dans l'offre (exemple : dénomination de la chambre, tarifs, conditions...)

CONTRAINTES DE PLANIFICATION

Avoir une planification annuelle définitive de l'hôtel et du restaurant dès le début de l'année :

- toutes les dates d'ouverture de l'hôtel et du restaurant ;
- les disponibilités journalières à mettre en ligne : chambres et tables ;
- il faut offrir une visibilité réelle sur l'année sur le site de réservation.

Conditions impératives pour mettre en place une politique tarifaire dynamique.

Il est idéal de proposer le restaurant tous les soirs :

- Offrir de la régularité et de la constance dans l'offre.

Bien segmenter toutes les clientèles sur le PMS : segment internet direct, internet OTA, direct hors internet, offerts, groupes scolaires, région...

CONTRAINTES D'ORGANISATION

Réfléchir à une nouvelle organisation d'encadrement pédagogique à l'hôtel d'application :

- L'organisation assez répandue actuellement d'un professeur par jour n'est pas idéale ;
- Idéal : 1 professeur référent présent tous les jours : il est ainsi chargé de la gestion du site de réservation, particulièrement de la gestion des disponibilités.

Réfléchir à un nouveau système de « management » de l'hôtel :

- Donner des droits spécifiques à chaque professeur et à chaque étudiant et élève : accès à la gestion des disponibilités, accès seulement consultatif sans modification possible, qui répond aux commentaires clients....

Idee : il peut être envisagé un étudiant BTS référent au même titre que le professeur référent.

Définir l'interlocuteur de Novaresa et Booking : la multiplicité des interlocuteurs favorise les erreurs.

CONTRAINTES COMMERCIALES

Il est nécessaire de travailler sur le référencement du site de l'hôtel dans les moteurs de recherche :

- Créer des communications qui amènent du trafic sur le nom de l'hôtel : création d'un blog, animation des réseaux sociaux, animation du site Internet...

Définir une stratégie commerciale de l'hôtel :

- Politique tarifaire ;
- Communication relationnelle ;
- Politiques de promotion de ventes ;
- Création et commercialisation de forfaits.

Bien définir qui est en charge de la communication (professeurs et étudiants). Il peut être intéressant d'intégrer les professeurs de marketing dans les équipes de l'hôtel d'application.

ON NE SAIT PLUS STRATÉGIEN NUMÉRIQUE

18 mars 2016

ALAIN SADIRAC - PROFESSEUR DE MARKETING, RÉMI JOANNY -
ETUDIANT BTS RH SUR LE PROJET DE COMMERCIALISATION DE
L'HÔTEL DU LYCÉE BIARRITZ ATLANTIQUE