

PROGRAMME DE L'OFFRE DE FORMATION

RM PRATIQUE ADVANCED PRESENTIEL

PUBLIC CIBLE	PRÉ-REQUIS	NIVEAU	DURÉE ESTIMÉE
<p>Formation conçue pour les propriétaires, gérants, dirigeants et adjoints ayant pour ambition de gérer, former et accompagner leur personnel dans une stratégie de Revenue Management adaptée aux hôtels indépendants et ou de petite capacité.</p>	<p>Formation conçue pour les propriétaires, gérants, dirigeants et adjoints ayant pour ambition de gérer, former et accompagner leur personnel dans une stratégie de Revenue Management adaptée aux hôtels indépendants et ou de petite capacité.</p>	<p>Niveau Excel intermédiaire minimum. Maîtrises des indicateurs de performances hôteliers. Connaissance des canaux de distribution hôteliers. Maîtrise des outils de type PMS, Channel Manager et Booking Engines.</p>	<p>14h00</p>

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Instaurer une politique de Revenue Management et son application opérationnelle au sein d'un hôtel indépendant ou de petite capacité.
- Être en mesure de concevoir et produire des analyses fines de Revenue Management.
- Maîtriser tous les leviers de la maximisation du prix moyen net.
- Connaître et mettre à profit les spécificités des canaux de distribution de masse, de niche, et de commercialisation directe.



L'HUMAIN AU CŒUR DU REVENUE MANAGEMENT

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Reprise des fondamentaux
 - o Une spécificité propre à l'hôtellerie?
 - o Définition et application du RM à l'industrie hôtelière.
 - o Rappel des principaux indicateurs de performance - définition et calculs.
 - o Spécifications des indicateurs secondaires.
- Méthodes d'analyses et d'arbitrages
 - o Apprendre à définir et organiser les missions Revenue Management au sein d'une équipe opérationnelle
 - o Savoir segmenter la clientèle de son établissement et l'analyser.
 - o Elaborer des analyses croisées de l'historique pour établir des projections et déceler les axes de développement.
 - o Analyser, projeter et arbitrer ses décisions selon différentes situations et organisations opérationnelles.
- Distribution, partie intégrante de la stratégie de Revenue Management.
 - o Redéfinir les différents acteurs de la distribution et leurs business models.
 - o Développer la notion de concurrence et connaître ses limites.
 - o Apprendre à distinguer sa commercialisation de celles des groupes hôteliers.
 - o Les forces et faiblesses de la distribution hôtelière.
 - o Le site officiel : quelle stratégie adopter (CRM, metasearches, Social Media...).
 - o La distribution au service de la notoriété d'un hôtel indépendant
 - o Comprendre les indicateurs propres à la distribution (algorithmes, conversion, GA...).
 - o Analyser les performances de son établissement et définir ses objectifs (PDM, PM nets, typologies, ROI actions...).

METHODES MOBILISEES



L'HUMAIN AU CŒUR DU REVENUE MANAGEMENT

Méthodes interactives : vidéos, études de cas, tests et quizz. Méthodes académiques : présentations théoriques et pratiques.

MOYENS TECHNIQUES

Un ordinateur connecté à internet et disposant d'un tableur (idéalement Excel Microsoft Office) sera nécessaire à l'apprenant.

MOYENS D'ENCADREMENT

- Module d'E-Learning obligatoire (2 heures) - Formation en présentiel (14 heures)

MODALITES D'ÉVALUATION

Des tests en ligne seront réalisés en début et en cours de formation ainsi qu'une évaluation finale.

MODALITÉS D'ACCÈS

Locaux disponibles pour les personnes en situation de handicap. Possibilité de formation en distanciel.

DURÉE D'ACCÈS

A partir de 3 participants Selon calendrier de sessions