

« Chaque hôtel peut améliorer sa rentabilité »



Comment maximiser son chiffre d'affaires malgré le franc fort? La spécialiste en «Revenue Management» Alexandra Fèvre anime de nouveaux séminaires ritzzy* pour aider les hôteliers à obtenir de meilleurs résultats.

Alexandra Fèvre, quelle est votre recette pour optimiser le chiffre d'affaires d'un hôtel?

Le principe est de fixer le prix le plus intéressant en termes de rentabilité, en tenant compte de la demande et des capacités de l'hôtel. J'applique les règles du «Revenue Management», une technique américaine à la base réputée au niveau international, encore peu connue en Suisse.

Concrètement, comment ça marche?

Par exemple, beaucoup d'hôteliers ont tendance à remplir leur établissement trop rapidement pour une période de forte demande. Par la suite, ils doivent refuser des offres plus rentables parce qu'ils jouent

à guichets fermés. La perte est souvent énorme! Il s'agit d'apprendre à analyser ses montées en charge et restreindre certains contingents à certaines périodes, pour faire monter les prix last minute sans prendre de risque. A l'inverse, on investira dans des promotions sur des périodes calmes, tout en s'assurant d'un résultat viable. Toute la stratégie s'appuie sur la préparation du calendrier des ventes de l'hôtel. Chaque jour doit être analysé et remis en question en termes de potentiel de ventes.

Ces calculs paraissent compliqués. Est-ce que cette technique est vraiment adaptée aux moyens de petits hôtels?

- Il est vrai que les grands groupes hôteliers engagent des gestionnaires spécialisés pour ce travail, avec des systèmes complexes et coûteux. Mais pour ritzzy*, j'ai développé des stratégies simples et sélectionné des outils accessibles à tous. Chaque hôtelier indépendant peut les appliquer et en tirer des bénéfices immédiats.

Quelle augmentation du chiffre d'affaires peut-on espérer?

Tout dépend de la marge de progression. Par exemple, pour un hôtel 4 étoiles qui marche déjà très bien, j'ai réussi à augmenter le chiffre d'affaires de 75'000 francs, juste en appliquant quelques restrictions de capacités sur les samedis. Le prix d'une chambre peut quadrupler aux périodes de forte affluence. Sur l'année, on peut en général progresser de 5% à 25%.

Même dans le contexte de crise que nous vivons?

Oui, la plupart des hôtels ont encore un potentiel d'optimisation. 2015 a été une année très dure et 2016 s'annonce à peine plus encourageante. C'est le moment de mettre les chiffres sur la table et de prendre les bonnes décisions.

Forts contre le franc fort!

ritzzy* lance une nouvelle série de séminaires pour lutter contre le franc fort. Les cours animés par Alexandra Fèvre auront lieu:

- les 6-7 janvier, 8-9 juin 2016, «Les techniques du Revenue Management»: stratégies et outils pour optimiser son chiffre d'affaires.
- le 13 janvier et le 15 juin 2016, workshop «Pricing»: toutes les étapes d'un bon Revenue Management à partir d'un exemple (positionnement, stratégie prix, stratégie vente et stratégie marketing).
- le 14 janvier et le 16 juin 2016, workshop «Distribution online»: connaître et gérer efficacement les plateformes de réservations.

Inscrivez-vous sur www.ritzzy.ch



Alexandra Fèvre, consultante et formatrice en Revenue Management, a travaillé pendant 20 ans pour des groupes hôteliers en Angleterre et en Suisse.