



Smart prices.

Présentation à la CCI Caen Normandie

Le 07/04/2014

E-marketing et Yield Management

1. Les fondamentaux du E-Marketing
2. Comment yieldez-vous ?
3. Conseils pour bien « yielder »
4. Comment mesurer la performance ?

1. Les fondamentaux du E-marketing



Etre visible sur le web

- Un « bon » site web
- Un bon référencement

E-réputation

- Maîtriser son image
- Diffuser les bons commentaires

Une bonne gestion des OTAs

- Elargir sa zone de chalandise
- Ne pas gâcher des commissions

Marketing direct

- Les « éduquer »
- Leur donner un incentive

2. Comment yieldez-vous?



1- A quelle fréquence changez-vous vos prix?

- ✓ Jamais
- ✓ Une fois par mois
- ✓ Une fois par semaine
- ✓ Une fois par jour
- ✓ Plus d'une fois par jour



2- Quels facteurs prenez-vous en compte ?

- ✓ Prix des concurrents
- ✓ Evénements
- ✓ Historique
- ✓ Montée en charge et historique de montée en charge
- ✓ Vacances scolaires



3- Combien de temps cela vous prend-il chaque jour ?

- ✓ Entre 0 et 15 minutes
- ✓ Entre 15 et 45 minutes
- ✓ Entre 45 minutes et 1h30
- ✓ Plus de 1h30



4. Comment bien
yielder?

Comment bien yielder?

Partie 1
Partie 2
Partie 3
Partie 4
Partie 5



- 1. Prédire la demande pour chaque type de canal en fonction du type de nuit**
- 2. Prédire la montée en charge pour chaque type de canal en fonction du type de nuit**
- 3. Estimer la matrice d'élasticité-prix de la demande**
- 4. En déduire le prix optimal et les canaux de vente optimaux**
- 5. Ajuster marginalement le prix par rapport aux concurrents**



1. Prendre la demande sur chaque canal en fonction du type de nuit

➤ Décomposer chaque nuit passée en un vecteur de caractéristiques

➤ Isoler l'impact de chaque variable sur la demande

TO prédit = 85%

.OTA1=..

.OTA2=..

.Site web=..

.Autres en direct=.

.Autres (pros/agences)=...

Jeudi

Juin

2013

Roland Garros

Salon Porte de

Versailles

Vacances scolaires en

Allemagne

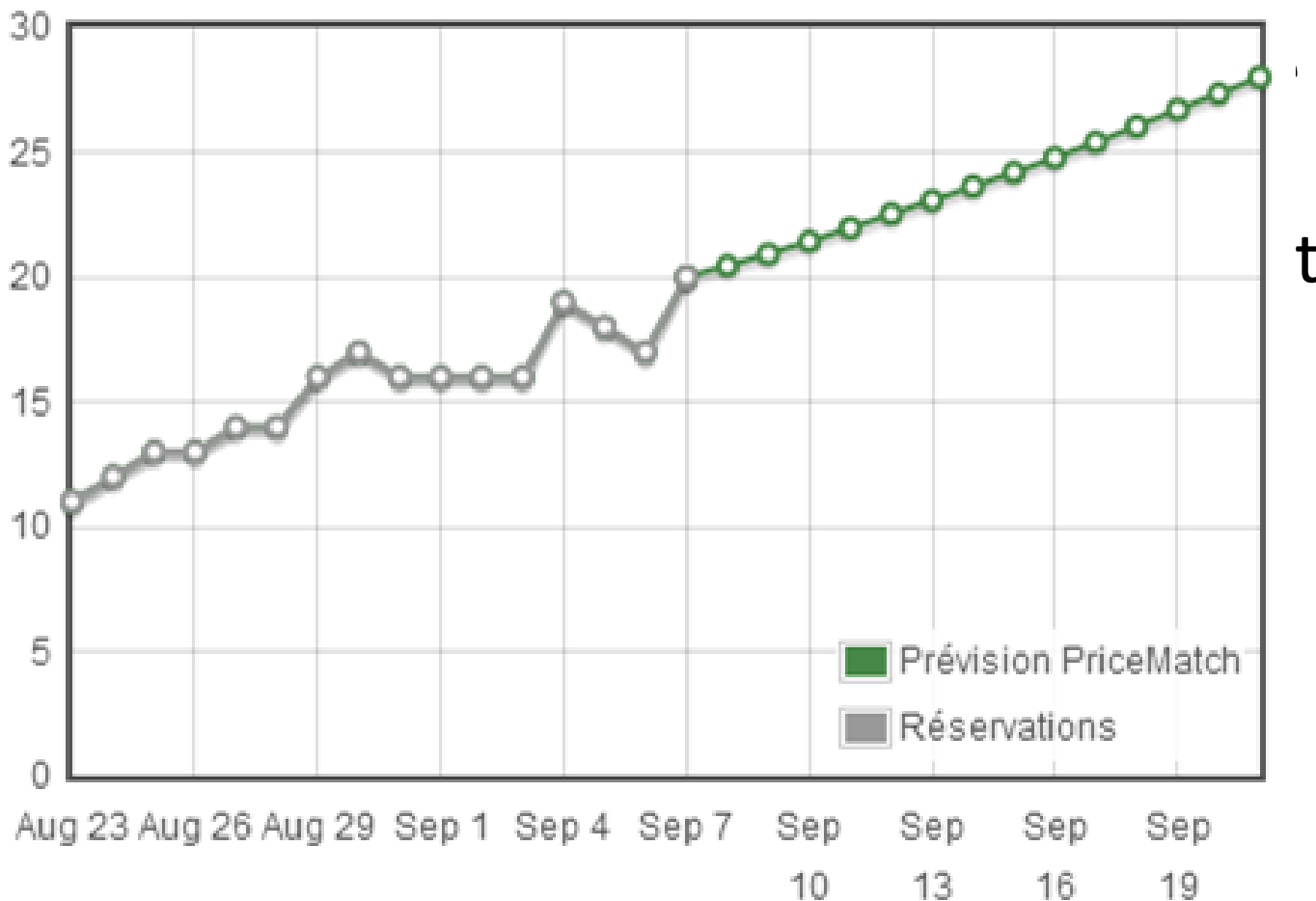
Taux de change €/ \$

PRICE MATCH

Comment bien yielder?



2. Préc
de ca
➤ Préc
le ryt
➤ Réaj
quoti
avec



Comment bien yielder?



3. E

	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
E	-1.9	-1.9	-2	-2	-2.1	-2.1	-2.2	-2.2	-2.3	-2.3	-2.4
E	-1.6	-1.6	-1.6	-1.7	-1.7	-1.7	-1.7	-1.7	-1.8	-1.8	-1.8
ck	-1.4	-1.4	-1.4	-1.5	-1.5	-1.5	-1.5	-1.5	-1.6	-1.6	-1.6
jo	-1.3	-1.3	-1.3	-1.3	-1.4	-1.4	-1.4	-1.4	-1.4	-1.4	-1.5
	-1.2	-1.2	-1.2	-1.2	-1.2	-1.2	-1.2	-1.3	-1.3	-1.3	-1.3
	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1.1	-1.1	-1.1	-1.1
	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-1	-1	-1	-1
	-0.8	-0.8	-0.8	-0.8	-0.8	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9
	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.9	-0.8	-0.8	-0.8	-0.8

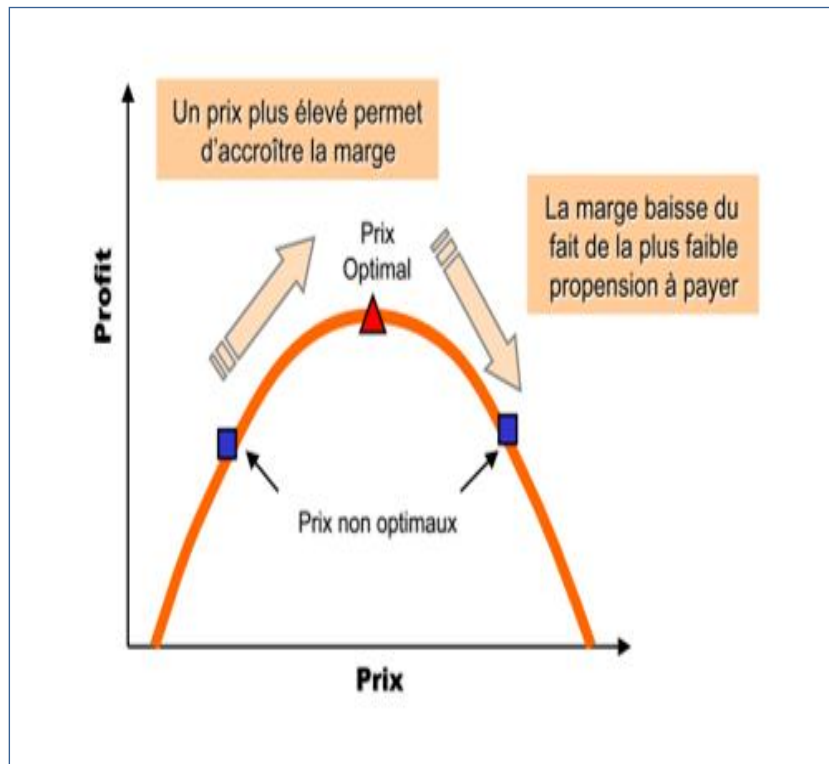
blog.pricematch.fr

« Estimer l'élasticité-prix de la demande dans l'hôtellerie »

Comment bien yielder?

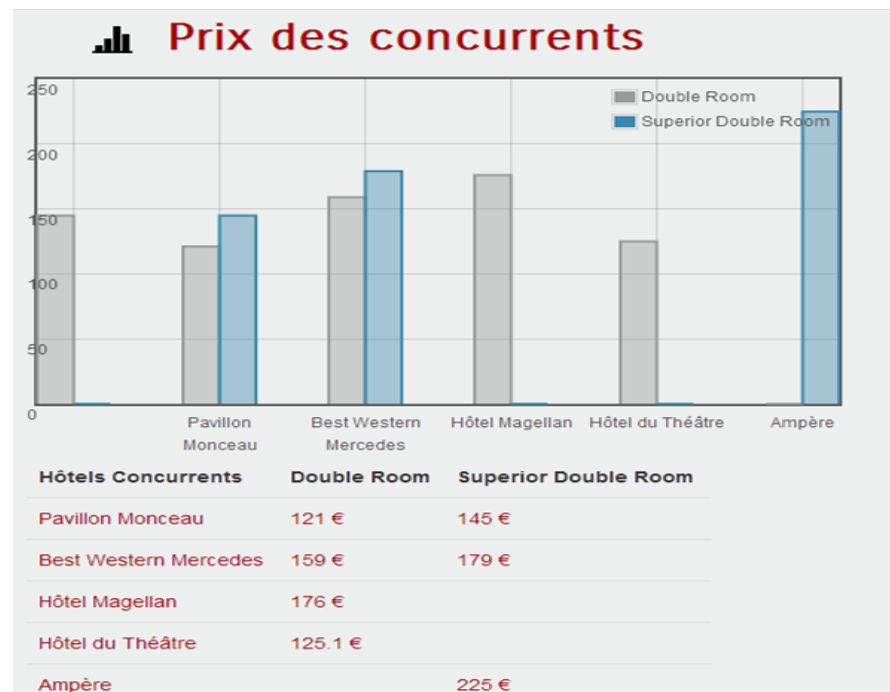


4. En déduire le prix optimal et les canaux de vente optimaux





5. Ajuster marginalement le prix par rapport aux concurrents



5. Comment mesurer la performance/le gain ?



- **Quels paramètres prendre en compte ?**
 - **Prix actuel et le TO prédit**
 - **Nombre de jours restant**
 - **Nombre et type de chambres à vendre (prédiction d'annulations et de no-shows)**
 - **Recommandation de prix**
 - **Elasticité-prix de la demande**
 - **Réactions prévues des concurrents**



- Recommandation de prix à la hausse
- Hôtel 3* 45 chambres double standard à Paris
- Il reste 20 jours, 27 chambres réservées
- TO prédit: 112%
- Prix actuel: 145€
- Reco de prix: 161€
- Elasticité-prix: -1,3

$$\begin{aligned} \text{Estimation du gain:} & \quad 18 * 161 \\ & \quad - 18 * 145 \\ & \quad = \quad 288\text{€} \end{aligned}$$



- **Recommandation de prix à la baisse**
- Hôtel 3* 45 chambres double standard à Paris
- Il reste 20 jours, 27 chambres réservées
- TO prédit: 87%
- Prix actuel: 135€
- Reco de prix: 127€
- Elasticité-prix: -1,8

$$\begin{aligned} \text{Estimation du gain:} & \quad 18 * 127 \\ & \quad - 12 * 135 \\ & \quad = \quad 666\text{€} \end{aligned}$$



- ▣ Quels paramètres prendre en compte?
 - ▣ Approximation du ROI mensuel avec:
 - 85% de confiance
 - Le prix final et le CO final
 - L'évolution relative de votre RevPar mensuel par rapport à votre Compset
 - Le type de chambres vendues

Avertissement légal

Ce document est confidentiel et est destiné à l'attention exclusive de son destinataire. Toute diffusion, reproduction ou citation, qu'elle soit partielle ou intégrale, est interdite en l'absence d'autorisation écrite et motivée de PriceMatch SAS. Cette présentation est articulée autour d'informations publiquement disponibles qui n'ont pas été vérifiées de manière indépendante par PriceMatch. Toute projection et estimation retranscrite ici inclut de fait des éléments tirés d'analyses et de jugements subjectifs, qui peuvent potentiellement être incorrects. Ni PriceMatch, ni ses affiliés, ni aucun de ses actionnaires directs ou indirects, ni aucun des membres, consultants, employés ou agents ne sont garants ou responsables de l'exactitude, de l'authenticité, de l'origine, de la validité ou de l'exhaustivité des données et des informations ici présentes. De même, aucune des entités ou personnes citées ci-dessus ne peuvent être soumises à une poursuite pour dommages, pertes ou coûts supplémentaires (incluant, entre autres, toutes pertes directes ou indirectes résultant de n'importe quelle erreur ou omission potentiellement présente dans ce document).