

Et si vous mettiez la performance de gestion des revenus au cœur de votre attention...

Hôteliers : pensez au rebond post-covid !



La pandémie de COVID-19 a engendré une énorme incertitude dans le secteur hôtelier, on ne vous apprend rien, et de nombreux hébergements se retrouvent sans pouvoir réellement anticiper, efficacement, les tendances du marché. Des questions cruciales restent en suspens, notamment quant aux restrictions pesant sur les voyages : quand seront-elles assouplies, quand la demande va-t-elle reprendre ? Tout cela pour dire qu'il est aujourd'hui plus que compliqué de prévoir, avec un minimum de précision en tout cas, quand aura lieu le prochain pic de la demande de voyages et de réservation. Et plus encore, comment vont évoluer les futurs revenus de tout un secteur...

Pour mieux évaluer les conditions du marché, et prendre des décisions reposant sur des données concrètes, une solution éprouvée consiste à exploiter une technologie de performance des revenus. Une solution non exploitée... par 85 % des hébergements ! Une telle vision permet pourtant aux exploitants de prendre des décisions plus éclairées pour, en fin de compte, engendrer une réelle croissance des revenus. Sur le marché, sachez qu'il existe de nombreuses solutions susceptibles de vous aider à améliorer la visibilité sur les données et à prendre des décisions. Alors que les professionnels du tourisme continuent à affiner leurs stratégies avec des outils performants, la reprise post-COVID-19 dépendra également de la capacité à identifier les nouvelles tendances et à s'y adapter. Voici quelques recommandations à prendre en compte...

Ne pas regarder en arrière, mais bien vers l'avenir, et à court terme !

La situation a rebattu les cartes depuis un an, avec des pics puis des arrêts de longue durée. Il en ressort que les données historiques ont perdu de leur fiabilité. Pour se guider, et mieux comprendre l'orientation du marché, il est préférable de se servir des données disponibles sur la demande future. Mais à court terme, presque dans l'immédiat... car la complexité et l'incertitude dans les différents modèles de prévision ne permettent plus désormais de voir à long terme.

« Benchmarkez » !

Notez aussi que les comportements et

les motivations des voyageurs changent. Du coup, les hébergements doivent eux aussi davantage chercher à rassurer les clients et à leur offrir de la flexibilité. D'autant que, en parallèle, la concurrence se fait plus rude. Comparez et analysez, et le plus régulièrement possible, les tarifs, les garanties, ainsi que les politiques de flexibilité de vos concurrents directs.

Avez-vous des stratégies tarifaires dynamiques ?

Ainsi, avez-vous des tarifs dynamiques (par opposition à statiques) ? Et vous a-t-on déjà dit que, même en période de faible demande, de tels tarifs peuvent aider à enregistrer des réservations et à générer les revenus nécessaires pour relancer l'activité. Envisagez donc de nouvelles

La crise sanitaire a renforcé la mutation du tourisme qui était déjà en cours...

En effet, on assiste à une véritable mutation de l'économie touristique autour de 4 tendances clés. Celles-ci se sont amplifiées et accélérées avec la crise...

- La santé : il faut donner la garantie d'une sécurité sanitaire.
- La proximité : le dépaysement est désormais recherché près de chez soi, à tel point qu'on pourrait presque dire que le tourisme devient « circuit court ».
- L'écologie : la reconnexion avec la nature (randonnées, pistes cyclables, sorties nature...) à travers la volonté de consommer des produits locaux, sains et de saison.
- Le bien-être : se sentir bien sans aller loin à travers les 4 R :
 - o Ralentissement par rapport aux rythmes de vie du quotidien...
 - o Ressourcement en réponse à l'anxiété et à la multiplication des sources de stress...
 - o Retrouvailles pour resserrer et enrichir les liens familiaux, amicaux, du couple, là où les liens humains viennent d'être fortement fragilisés...
 - o Reconnexion à soi, pour mieux se reconnecter avec l'autre...

Et pourquoi pas une 5^e tendance, celle de la qualité du lien humain, celle qui revêt une importance toute particulière dans une société à vif où l'on doit désormais appliquer gestes barrières et la fameuse distanciation sociale... Autant d'éléments à prendre en compte pour mettre les meilleures cartes dans son jeu, non ?

catégories tarifaires, pour vos différents types de chambres, les différentes périodes... puis analysez comment la demande y réagit et ajustez le tir...

Testez de nouvelles approches !

Car il semble bien que les voyageurs se montrent de plus en plus sensibles au prix. Si les vôtres sont 'au plus juste', cherchez donc à accroître la valeur « perçue » de vos propositions afin de préserver le tarif moyen journalier (voire l'augmenter).


Ne restez pas seul, collaborez !

Il est aussi important de collaborer avec les administrations locales en charge du tourisme. En effet, celles-ci disposent parfois d'informations de première main qui peuvent vous aider à déterminer où se situent vos prix d'attractivité en comparant votre taux de conversion par rapport à la moyenne du marché. Pour assurer la pérennité d'un établissement, il est primordial d'optimiser les performances de revenus. Avec des solutions adéquates et une stratégie adaptée, il est possible de limiter les pertes, de générer de la demande et de positionner votre établissement pour qu'il profite au mieux de la reprise.

 Plus d'infos : Comptoir hôtels - Yannick Noiret - Tél. : 061 29 30 55

Un nouvel outil pour les opérateurs touristiques de la province de Luxembourg

Dernièrement, le Service Provincial du Tourisme (SPT) a présenté la toute nouvelle médiathèque provinciale en ligne. Cet outil est dédié aux organismes et opérateurs touristiques reconnus et établis en province de Luxembourg. Il a pour but d'enrichir les supports et les publications. On y trouvera une multitude de photos (mais aussi plusieurs vidéos issues des différentes actions), classées par thématiques, par localisation, ou encore par « incontournable ». Une recherche aisée et rapide par mots-clés est également possible, grâce à de nombreux « tags » ajoutés sur chaque document. Cet outil est amené à évoluer encore et encore afin de mettre à disposition des contenus actualisés et au goût du jour. L'objectif de cette médiathèque est de présenter le meilleur de notre destination Luxembourg belge, et donc d'y ajouter les photos les plus incontournables et les plus « vendeuses », voire aguichantes... La seule obligation : mentionner les copyrights adéquats (photos libres de droits). L'accès à la médiathèque est d'ailleurs soumis à acceptation par l'équipe du SP Tourisme. En attente de la validation de votre demande, l'accès à son contenu est fortement restreint.

 Pour obtenir votre accès, rendez-vous sur <https://media.luxembourg-belge.be/>.

Plus d'infos : Erwan Adam : +32 (0)84 84 44 10 - e.adam@province.luxembourg.be
Julien Polet : +32 (0)84 84 44 05 - j.polet@atlb.be



VALVERT. SA NATURE, C'EST MA FORCE.

Eau minérale naturelle belge.