

Optimisation commerciale hôtelière

Optimiser la performance commerciale, c'est transformer chaque interaction client en opportunité de croissance et de fidélisation.



Objectifs

L'optimisation commerciale ne se résume pas aux chiffres : elle consiste à allier stratégie, personnalisation et excellence relationnelle pour accroître à la fois les revenus et la satisfaction client.

Maîtriser les leviers de rentabilité et les techniques d'upselling adaptés à une clientèle de luxe.

Développer une approche commerciale centrée sur l'expérience client et l'image de l'établissement.

Savoir transformer chaque interaction et chaque canal de distribution en opportunité de croissance durable.



Durée

28 Heures



Suivi de formation

- Feuille d'émargement
- Suivi: Test de positionnement, évaluation enquête.



Tarif

3.800€ Nets de taxe
1-10 participants.

1

THÉORIE

Séances sur l'optimisation des revenus en alliant stratégie et service

2

MISE EN SITUATION

Analyse de cas réels pour ajuster la stratégie et revenus hôteliers

3

SUIVI DE FORMATION

Un suivi sur mesure pour garantir l'application concrète

Contenu de la formation

La formation débute par une analyse des tendances actuelles et des nouveaux comportements clients. Les participants explorent les outils de pilotage commercial et d'analyse des performances (KPI, RevPAR, TRevPAR, GOPPAR). Un module est consacré aux techniques d'upsell et de cross-sell adaptées aux différents segments clients. L'importance de la personnalisation est soulignée : comment adapter l'offre selon le profil et les attentes du client. La gestion des canaux de distribution (directs et OTA) est travaillée pour maximiser rentabilité et visibilité. Des cas pratiques illustrent l'impact de la stratégie tarifaire dynamique sur l'optimisation des revenus. La formation met en avant l'importance de la coordination entre les services (front office, F&B, spa, commercial). La relation client est intégrée comme levier commercial essentiel, notamment via le suivi post-séjour et le CRM. Un module digital aborde l'utilisation des avis en ligne et de l'e-réputation comme moteur de performance commerciale. Enfin, les participants travaillent sur un plan d'action concret applicable dès leur retour en établissement.



- Identifier et exploiter les leviers de rentabilité dans l'hôtellerie de luxe.
- Développer l'upsell et le cross-sell comme services exclusifs et personnalisés.
- Piloter les performances grâce aux KPI et aux outils digitaux.
- Harmoniser stratégie commerciale et excellence relationnelle.
- Transformer chaque client en relais de croissance par la fidélisation.

MÉTHODOLOGIE

- **Apports théoriques** : tendances, indicateurs de performance et leviers commerciaux.
- **Études de cas** : analyse de stratégies hôtelières performantes.
- **Mises en situation** : simulations de ventes additionnelles et de négociations.
- **Ateliers pratiques** : construction d'un plan commercial adapté à l'établissement.
- **Coaching personnalisé** : accompagnement sur la posture et la mise en œuvre des stratégies.

