



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Logitourisme

Tarifier son offre et optimiser son chiffre d'affaires

Rencontre annuelle de la Place de marché : édition 2023

DAVID BLANCHARD

Directeur du groupe Logitourisme

Diplômé de l'Institut des métiers de la montagne et du tourisme
Cursus universitaire en sociologie et psychologie sociale
Professeur en marketing digital tourisme au CNAM



30 ans d'expérience en gestion de structures touristiques

- Direction marketing du CDT du Jura
- Direction de la centrale de réservation départementale du Jura
- Direction générale d'une union de villages vacances - 170 salariés - 5 villages
- Direction d'une association de voyage en Isère
- Ingénieur commercial e-tourisme en systèmes de promotion de commercialisation

Prestataire touristique

- Propriétaire de gîtes (Isère et Savoie)
- Ex propriétaire de chambres d'hôtes sélection du Lonely Planet France en 2008
- Moniteur escalade
- Ex Président de l'Office de Tourisme de Lons-le-Saunier

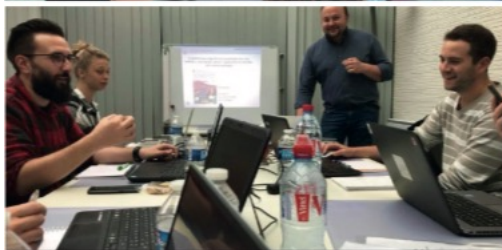
Depuis 15 ans

AMO

- Marque de destination
- Communication digitale
- Vente et production touristique

Formation

des professionnels, élus et acteurs du tourisme avec 35 programmes de formation.



Et hop la pub !



Yata!

Agence de communication
Web et Print

200

sites internet

(vitrine, e-commerce...) que nous réalisons
et que nous gérons.

10

personnes

Une équipe exigeante,
formée, et réactive.

100

h/mois

En recherche et développement.

1^{ère}

Étiquette environnementale pour le web

Développée en partenariat avec l'ADEME

ECOWEBScore



Bon pour une binouze

Vendre son offre au meilleur prix

1 • Bien tarifer son offre : la base à comprendre

On parle pognon

Un peu de psychologie

3 pistes pour fixer ses prix : concurrence, bénéfice, domination

2 • Quelles réponses apporter au professionnel qui vend par le biais de la place de marché ?

Résultats attendus et résultats possibles

Astuces pour moduler ses tarifs à la hausse comme à la baisse

Analyser ses ventes pour encore mieux définir sa stratégie de tarification

Ça rentre dans le logiciel ?

On a les mêmes !

Prestataires d'activités et d'hébergement



Clients



On parle pognon ?

argent

fric

flouze

osier

deniers

pépettes

monnaie

pécule

frusquin

pécune

mitraille

billets

piécettes

blé

ronds

radis

galette

sous

cryptomonnaie

oseille

quibus

100 patates !

caillasse

billets

grisbi

braise

picaillon

On parle pognon

Côté prestataire, on entend des choses étranges...

Je ne change pas mes prix.

Ah non si j'augmente, ça va être trop cher !

Je fais une réduction parce qu'ils reviennent chaque année.

J'ai baissé mes prix en dernière minute parce que j'ai encore des disponibilités.

J'ai le même tarif toute l'année pour une nuitée.

J'ai adapté mon prix à ceux des collègues voisins.

Airbnb me suggère de passer la nuitée à 82 euros à 45 euros. Ils sont sûrement raison...

Mon mari ne veut pas que j'augmente. Il a peur qu'on ait plus de réservations.

Côté client : une donnée à « prendre en compte »



C'est quoi les bons prix ?

**Les bons prix sont ceux qui vont
convaincre le plus grand nombre
de clients**

**et assurer la
rentabilité de
l'activité**

C'est quoi le yield management ?

C'est la gestion du rendement
un système de gestion tarifaire des capacités
disponibles qui a pour objectif l'optimisation
du remplissage et l'augmentation du chiffre
d'affaires.

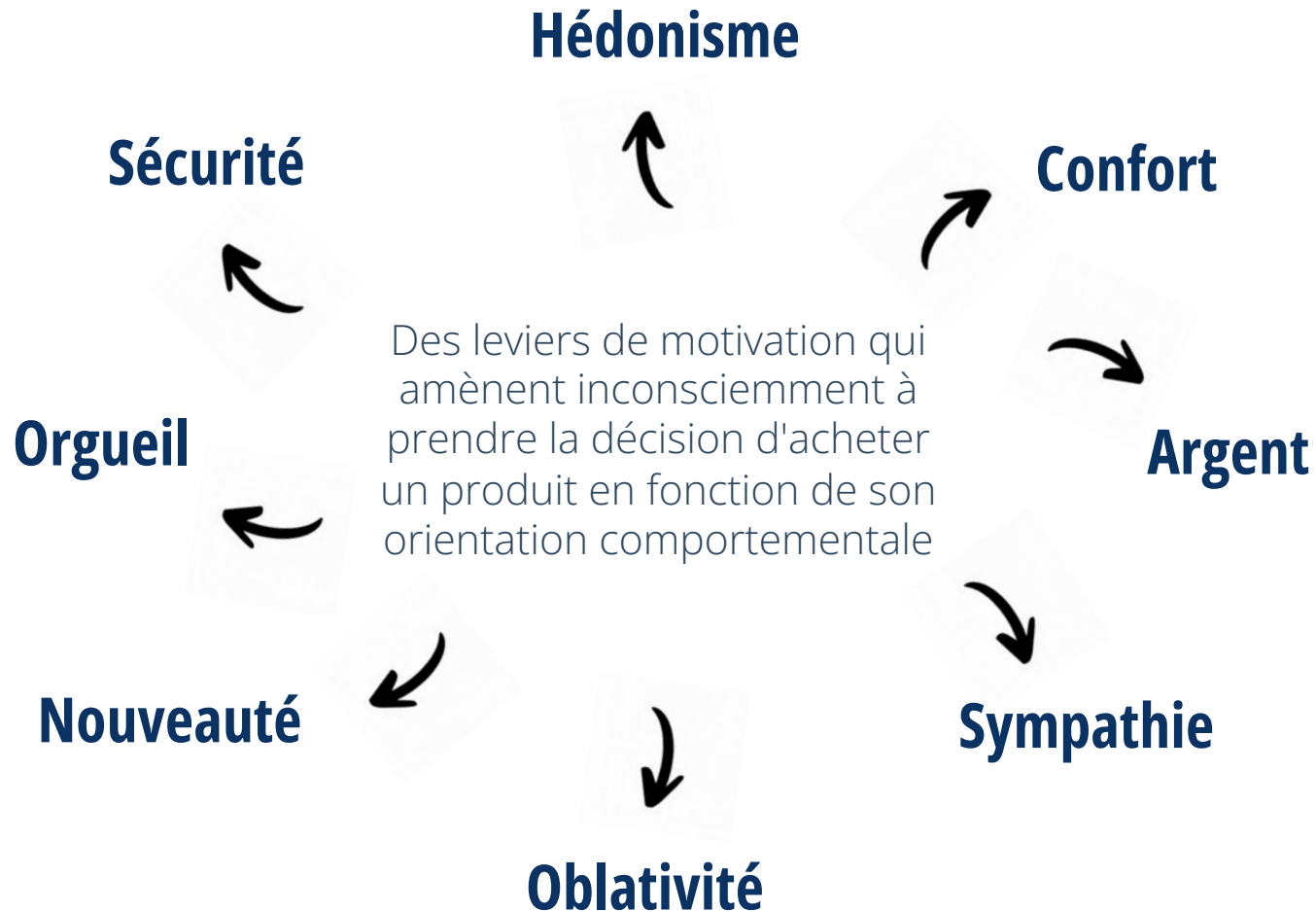


Une suite, 36 000 euros...



« Ah mais c'est pas pour acheter ! »

Comprendre les motivations d'achat du client



L'acceptation du prix est basée sur un système de valeurs personnelles.

Valeur d'attrait

Valeur d'usage

Valeur de signe

Mais quelle est la valeur acceptable des acheteurs.teuses ?

Encore plus de psychologie

Elle doit être acceptable, mais pour qui ?

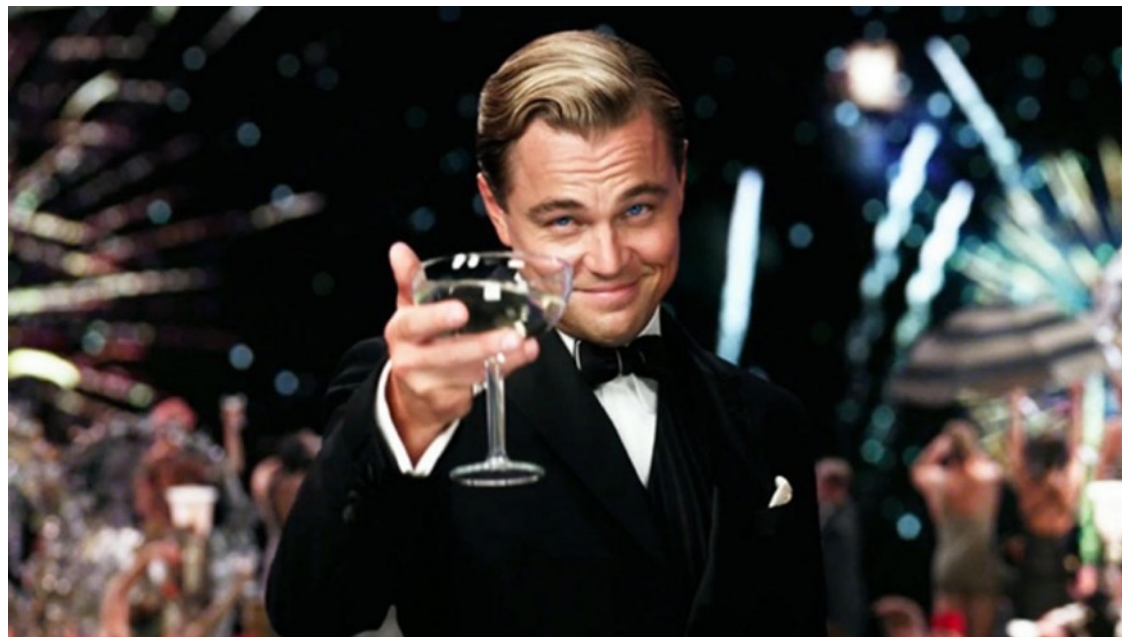


5€ la nuit



1500€ la nuit

Le prix ne se fixe pas à partir de
de nos valeurs



Qu'est-ce qui est le plus rapide et le moins cher pour multiplier ses ventes ?



Créer de la valeur

3 pistes pour fixer ses skis prix

La Tortue
15

Les Marmottes
12

Le Lièvre
7



Les prix de marché peuvent se baser en général sur 3 points :

Les prix de la concurrence

La recherche du meilleur bénéfice

La domination

Faut-il toujours baser ses prix en tenant compte des concurrents ?



© Peter Dazeley / Getty Images / CAPITAL

Augmenter les prix sur les saisons sûres



3 pistes pour fixer ses prix

La domination



Une offre à bas prix par rapport à la concurrence

L'importance des quantités vendues

Une marge unitaire très faible

Une offre originale

Une offre qui répond à une tendance d'achat

3 pistes pour fixer ses prix

La domination



La nuit
à partir de
98€

Quelques heures
à partir de
76€
au lieu de ~~98€~~

Ça c'est une idée !

Tendances d'achat

Elles sont nombreuses et justifient le prix



SENSIBILITÉ DES E-ACHETEURS FACE AUX DÉMARCHES ÉCORESPONSABLES

Tendance à privilégier ces sites pour leurs achats

70%

Tendance à être attiré par la visite de ces sites

60%

Tendance à recommander sur les réseaux sociaux
ou aux proches

38%

D'accord

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2019.

Quelles réponses apporter au professionnel qui vend par le biais de la place de marché ?

Les astuces



On ne devrait pas perdre d'argent d'année en année


Autant si ce n'est plus !

Cela veut dire que les tarifs évoluent chaque année

La solution est aussi liée à leur capacité de mise en marché

On achète pas une quantité !

9 nuits = 7 🎁



Promotion Noël 🌲
Je réserve 9 nuits au prix de 7 du 17 au 26/12...
Profitez-en !

[JE DÉCOUVRE LA PROMO !](#)

La solution est aussi liée à leur capacité de mise en marché

Il faut augmenter les prix régulièrement

Amélioration, niveau de qualité, du niveau des services

Alignement sur les coûts

Repositionnement commercial



La solution est aussi liée à leur capacité de mise en marché

Il faut majorer les prix

Au moment des évènements locaux qui facilitent la vente



Ne pas moduler n'importe comment

**La politique tarifaire est définie avant l'ouverture,
et non pas pendant.**

Il vaut mieux faire de la pub.



La solution est aussi liée à leur capacité de mise en marché

Il faut aussi les baisser

Modification/dégradation de l'environnement

Concurrence forte des nouveaux entrants

Offre exceptionnelle sur les ailes de saison

Modulation en fonction de la quantité achetée



Quelle est la période d'achat ?

Le tarif pourrait être augmenté si les clients réservent très tôt

	Nom	Jours avant la réservation	Chalet	Date d'arrivée	Date de départ
02/01/2022	Thierry Barsotti	103	L'Alpe	15/04	18/04
10/10/2021	Enyde Ayme	187	Le Frenola	15/04	21/04
13/03/2022	Marc Fraize	36	L'Alpe	18/04	23/04
24/11/2021	Talal Alshammari	148	Le Frenola	21/04	04/05
20/02/2022	Bernadette Mahe	63	L'Alpe	24/04	26/04
06/02/2022	Audrey Jardin	79	L'Alpe	26/04	02/05
06/01/2022	Maurice Barbé	116	L'Alpe	02/05	06/05

Les rappels qui justifient le prix

Et puis quoi encore ?

Des photos vite rentabilisées

[En savoir plus](#)

40%

augmentation des revenus

Les hôtes dotés de photos professionnels ont tendance à gagner davantage que les autres hôtes de leur région.

24%

plus de réservations

Les photos comptent parmi les facteurs qui incitent le plus les voyageurs à réserver.

26%

augmentation du prix à la nuit

De nombreux hôtes peuvent augmenter leur prix à la nuit après avoir amélioré leurs photos.

L'accueil

Les avis

Les photos

La première impression compte

Laissez un photographe capturer votre logement sous son meilleur jour. Nos experts vous aident à transformer votre logement pour qu'il se démarque auprès des voyageurs.

Trop beau

Quelles réponses apporter au professionnel qui vend par le biais de la place de marché ?

Ça rentre dans le logiciel ?

TARIFS		Ilôts : MONTFERRAND - EGLISE				
		2 places	3 places	4 places	5 places	6/8 places
Hors Saison Du 1 ^{er} janvier au 8 juillet	1 nuitée	33 €	50 €	66 €	83 €	99 €
	2 nuitées (week-end)	62 €	92 €	123 €	154 €	185 €
	3 nuitées	90 €	135 €	180 €	225 €	271 €
	4 nuitées	119 €	178 €	238 €	297 €	356 €
	5 nuitées	147 €	221 €	295 €	368 €	442 €
	6 nuitées	176 €	264 €	352 €	440 €	528 €
ETE Du 9 juillet au 25 août	Semaine 7 Nuitées	410 €	510 €	610 €	710 €	810 €
	Ménage facultatif	20 €	25 €	30 €	35 €	40 €

Remise de 15% pour les Habitants de Chilhac et les Bénéficiaires de CCAS EDF
Forfait hivernal : 30 € du 1^{er} octobre au 30 avril
Location de draps : 8 € par lit
Caution par gîte : 200 €
Taxe de Séjour : 0,50 € / personne

1 à 3 personnes		4 à 5 personnes	
Soit un prix par nuit de...		Soit un prix par nuit de...	
1 nuit	X	X	X
2 nuits	230 €	250 €	125 €
3 nuits	320 €	340 €	113 €
4 nuits	360 €	410 €	103 €
5 nuits	420 €	470 €	94 €
6 nuits	480 €	540 €	90 €
7 nuits	560 €	630 €	90 €

Périodes	Stat	A	B	€	€	€	€	€	€
1 28/07 au 25/08	A	420	486	549	625	688	751	814	877
	B	379	417	459	525	565	611	657	703
2 07/07 au 28/07	A	349	409	457	523	560	592	611	717
	B	315	345	380	437	470	526	561	611
3 30/06 au 07/07 et 25/08 au 01/09	A	288	336	369	429	458	492	594	594
	B	255	285	305	356	383	431	497	497
4 31/03 au 30/06 et 01/09 au 22/09	A	225	261	279	334	355	390	469	469
	B	194	223	228	274	295	335	381	381
5 Avant le 31/03 et Après le 22/09	A	191	196	207	248	268	288	329	329
	B	163	173	189	220	229	240	265	265

CLASSIFICATION : A = appartement première ligne avec vue sur Mer, Port, ou Standing (piscine, tennis).
 B = appartement proche du Port ou de la Plage, mais sans vue directe.
VILLAS INDIVIDUELLES : Tarifs et disponibilités sur demande
TARIFS : l'unité minimum étant la semaine, ils comprennent :
 - les consommations d'eau, de gaz et d'électricité (sauf pour la saison 4).
 - nos honoraires de gestion.
ils ne comprennent pas : 23 € frais de dossier
 - la taxe de séjour : 1,65 € / jour et par personne (personne de plus de 18 ans)
 - la location des draps qui est de 18 € la paire (nous prévenir à la signature du contrat).
 - la location de lit bébé à 18 € ou de kit bébé (lit, baignoire, chaise-haute) à 30 €
 - 18 € par semaine et par animal.
 - Pack serviettes : 8 € / personne - Kit draps et serviettes pour 2 pers : 30 €

Quelles réponses apporter au professionnel qui vend par le biais de la place de marché ?

Le passage d'Excel au logiciel

	Occupation					
		2				
Tarif 1 hors vacances scolaires	Durée	Px par pers.	Tarif nuitée	Px de vente	(base de calcul)	
01/01 au 04/02	6	34€	69€	411€	LMMJVS DLMMJV SDLMMJ (2 nuits WE)	
04/03 au 08/04	6	36€	71€	429€	MMJVSD MJVSDL JVSDLM VSDLMM (3 nuits WE)	
20/05 au 17/06	5	37€	73€	366€	MJVSD JVSDL VSDLM (dont 3 nuits WE)	
09/09 au 28/10	5	35€	70€	349€	MMJVS SDLMM (dont 2 nuits WE)	
4/11 au 23/12	5	33€	66€	331€	LMMJV DLMMJ (dont 1 nuit WE)	
	4	31€	63€	251€	LMMJ (hors WE)	
	4	34€	67€	269€	MMJV DLMM (dont 1 nuit WE)	
	4	36€	71€	286€	MJVS SDLM (dont 2 nuits WE)	
	4	38€	76€	303€	JVSD VSDL (dont 3 nuits WE)	
	3	40€	80€	240€	VSD (3 nuits WE)	
	3	34€	69€	206€	MJV DLM (dont 1 nuit WE)	
	3	37€	74€	223€	JVS SDL (dont 2 nuits WE)	

openpro

69838

CRÉER DES TARIFS

INITIALISER AVEC LA DERNIÈRE SAISIE

GÉNÉRER LES TARIFS

Cette rubrique permet de saisir un prix, et de l'appliquer sur une période pour un ensemble de séjours.

Créer pour plusieurs séjours

Hébergement: Le Frenola

Période d'application du prix: du [] au []

+ AJOUTER UNE PÉRIODE

Durée des séjours: 1 nuit

Jours d'arrivée possibles: Samedi Dimanche Lundi Mardi Mercredi Vendredi

Arrivée: Dimanche 21 Mai 2023

2 nuits / 143.00 €

2 personnes

143.00 €
2 nuits

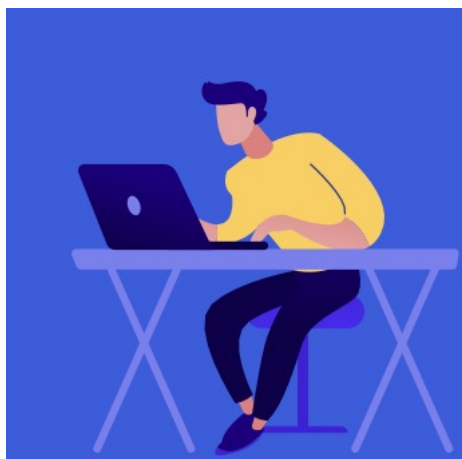
RÉSERVER

J'y arriverai

Quelles réponses apporter au professionnel qui vend par le biais de la place de marché ?

L'outil est-il efficace ?

Proposer un outil n'est pas une garantie de résultat.



Proposer un accompagnement doit être un facteur de réussite.

Et on déclare tout bien entendu.



David Blanchard

david@logitourisme.com