

OBJECTIFS :

- Utiliser des procédures adaptées et claires permettant de relier les concepts du RM et de la distribution avec les responsabilités quotidiennes en lien avec la stratégie de l'hôtel et de ses outils.
- Optimiser son RM en créant une synergie et une veille interne.
- Maitriser ses ventes, son positionnement.
- Anticiper ses actions de ventes.
- Augmenter ses revenus

PROGRAMME

- Comprendre l'environnement de son hôtel,
- Créer une stratégie Revenue Management et pricing,
- Piloter cette stratégie,
- Impliquer les parties prenantes de l'hôtel,
- Evaluer sa stratégie de RM et pricing.

LIEU :

Présentiel

DURÉE :

14 heures

VALIDATION :

Attestation de fin de formation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Étude de cas, mises en pratiques, questions de connaissances

