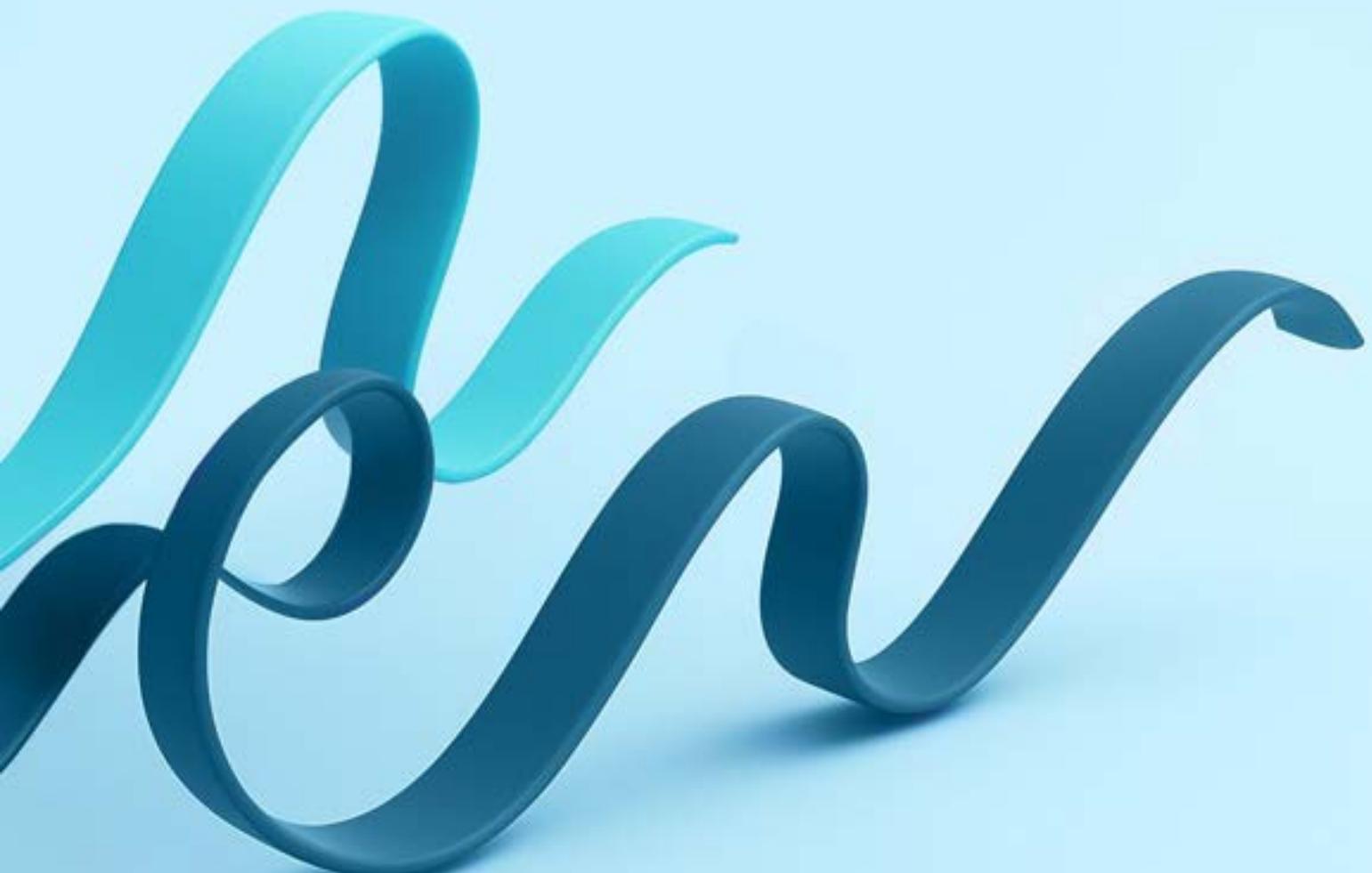




Le guide des données de recherche



Les réservations reflètent le passé,
les données de recherche annoncent l'avenir.



Derrière chaque réservation, il y a une recherche. Beyond est la seule plateforme qui vous montre la demande avant qu'elle ne se transforme en revenus. Les opérateurs peuvent ainsi agir, plutôt que de simplement réagir.



Résumé

Les gestionnaires de revenus travaillent souvent avec des indicateurs différents : réservations, taux d'occupation et revenus. Ces indicateurs sont certes importants, mais ils ne font que décrire ce qui s'est déjà produit. Lorsqu'une réservation apparaît dans votre système de gestion des biens immobiliers (PMS), le marché a déjà évolué.

L'activité de recherche change la donne.

Les recherches sont le premier signal des intentions concernant les locations de courte durée. Elles reflètent les demandes avant même que ces dernières ne se transforment en réservations. Les opérateurs peuvent ainsi se montrer proactifs plutôt que réactifs, et notamment :

- obtenir des tarifs journaliers moyens (TJM) plus élevés avant que les concurrents ne réagissent ;
- protéger leurs marges en évitant d'appliquer des remises de dernière minute ;
- déterminer si la lenteur des performances est due à des problèmes de prix ou de conversion.



**L'activité de recherche voit
le marché en avance.**



Grâce aux données de recherche de Beyond, vous avez accès à ces principaux signaux de demande et vous pouvez agir avec prévoyance. Il ne s'agit pas d'une simple couche de données supplémentaire, mais d'un changement dans la gestion des revenus.

Les principaux enseignements



L'analyse des recherches n'est pas un luxe : c'est la différence entre courir après le marché et le contrôler.



Compléter le tableau des revenus

Les gestionnaires de revenus travaillent avec deux ensembles principaux de données :

- **Réservations** : les réservations confirmées, qui indiquent ce qui s'est déjà produit.
- **Données du marché** : les prix et les taux d'occupation des concurrents, qui permettent de vous situer par rapport à vos concurrents actuels.

Mais jusqu'ici, il leur manquait un élément : **ce qui est sur le point de se produire**. Les données de recherche viennent combler cette lacune. Elles montrent l'intention avant qu'elle ne se transforme en réservation. Les opérateurs accèdent pour la première fois à la dimension prospective.



PASSÉ

PRÉSENT

FUTUR

**Ensemble, ils dressent
un tableau complet
des revenus.**



Avec ces trois dimensions, vous bénéficiez d'une vue complète de la demande :

- **Le passé** : les réservations racontent le passé.
- **Le présent** : les données du marché montrent le contexte concurrentiel.
- **L'avenir** : l'analyse des recherches révèle la demande avant qu'elle ne se convertisse en réservations.

Grâce à cette vision en trois parties, la gestion des revenus cesse d'être réactive et devient proactive. Avec Beyond, ces dimensions sont intégrées dans un même flux de travail. Ainsi, les recommandations de tarification et les stratégies de portefeuille s'appuient sur trois éléments.

Les principaux enseignements



La gestion des revenus est plus efficace lorsqu'elle intègre les indicateurs passés, présents et futurs.



Les trois scénarios des données de recherche

L'activité de recherche n'est pas aléatoire, elle suit des schémas qui révèlent le comportement du marché avant que les réservations ne se produisent. En observant la manière dont les recherches et les réservations évoluent ensemble ou séparément, vous pouvez diagnostiquer ce qui se passe et décider d'une réponse adéquate.

Il existe trois scénarios courants :

➤ **Recherches élevées/Réservations faibles → Fuite des conversions**

Les voyageurs recherchent beaucoup, mais ils ne vous réservent pas. Des restrictions, des politiques ou des problèmes relatifs à la santé des annonces bloquent les conversions.

➤ **Recherches élevées/Réservations élevées → Compression**

La demande monte en flèche et se convertit rapidement, le marché se réchauffe. C'est le moment d'en tirer le maximum de valeur pour protéger votre inventaire.



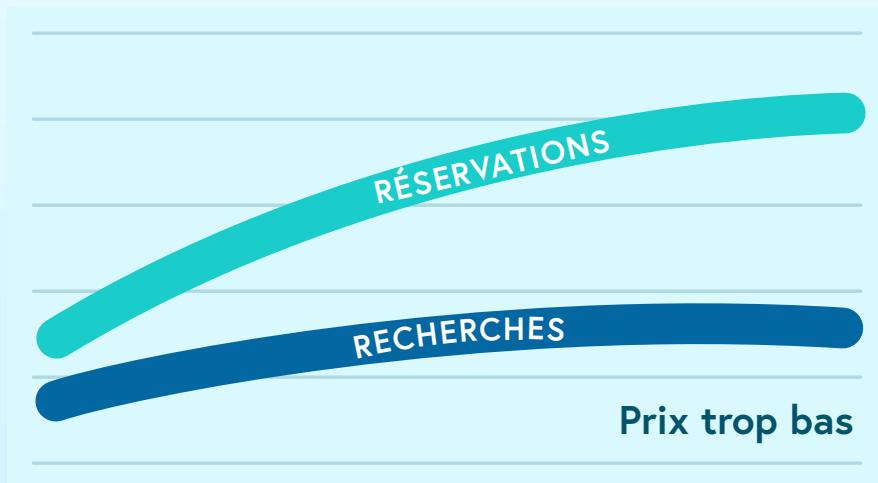
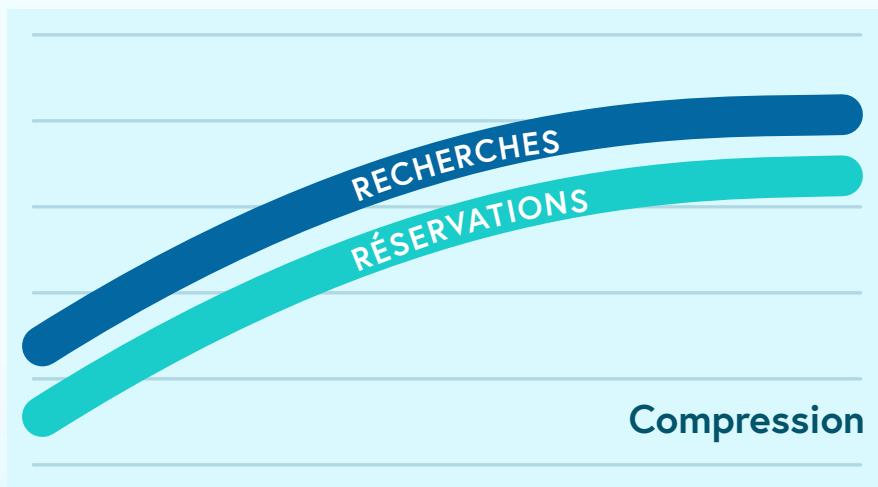
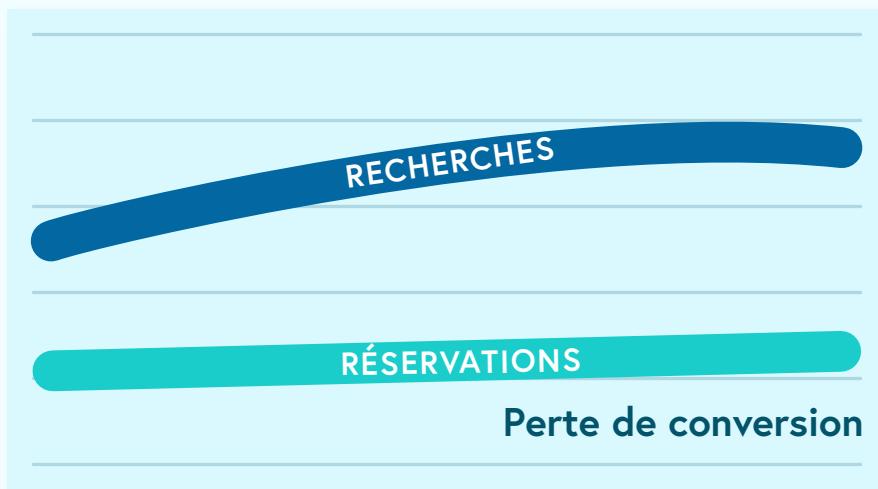
➤ Recherches faibles/Réservations régulières → Sous-tarification

Vous vendez trop tôt et à un prix trop bas. La demande n'est pas encore au rendez-vous, mais les taux bas permettent de faire progresser les réservations et plafonnent les rendements futurs.

Pourquoi est-ce important ?

Ces scénarios agissent comme un cadre de diagnostic. Ils organisent les signaux de recherche sous forme de modèles susceptible d'être lus rapidement. Vous pouvez ainsi comprendre si le problème concerne la conversion, la compression ou la sous-tarification et prendre les mesures adéquates.

Comment les recherches et les réservations évoluent ensemble





SCÉNARIO 1

Nombre élevé de recherches/Peu de réservations (perte de conversion)

Signaux dans Beyond :

- L'activité de recherche atteint un niveau bien supérieur à celui du marché.
- Les réservations sont stables ou sous-performantes par rapport à ces tendances de recherche.

Ce que cela signifie : Il y a des demandes, mais pas de réservations

Il s'agit d'une fuite de conversion. Les voyageurs recherchent activement votre marché, mais quelque chose les empêche de vous réserver. Dans la plupart des cas, le problème n'est pas le prix, mais les frictions.

Causes typiques :

- **Restrictions** : séjours minimums ou changements fixes qui ne correspondent pas au comportement des clients.
- **Politiques et frais** : frais de nettoyage, frais pour animaux de compagnie ou conditions d'annulation strictes décourageant la conversion.
- **Santé de l'annonce** : faibles taux d'évaluation, photographies obsolètes ou descriptions non compétitives.



Comment Beyond réagit :

- Les recommandations de Beyond en matière de tarification restent généralement stables, car le problème n'est pas la sensibilité aux taux.
- Le système signale que les réservations sont limitées par autre chose que le taux.

Votre rôle en tant qu'opérateur :

- Restrictions en matière d'audit : vos règles de séjour correspondent-elles à la manière dont les clients effectuent leurs recherches ?
- Examiner les politiques et les frais, supprimer ou ajuster les points de friction lorsque c'est possible.
- Améliorer la santé des annonces, mettre à jour les photos, encourager les avis et répondre rapidement aux demandes.
- Réexaminer la tarification une fois les corrections approuvées. Beyond ajustera automatiquement les recommandations de tarifs une fois que les restrictions ou les problèmes de santé auront été résolus.

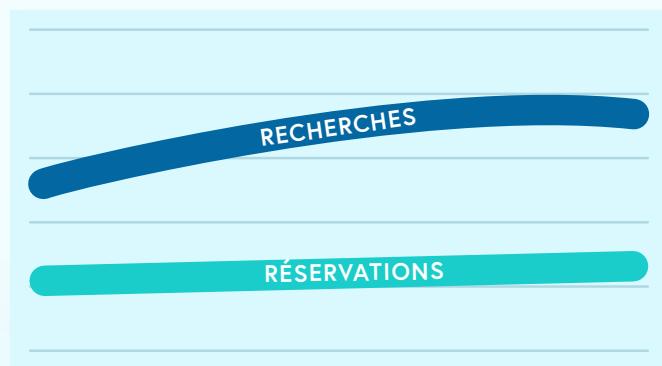
Conseil de pro :

N'effectuez jamais une remise en raison d'une fuite des conversions. Beyond propose une tarification correcte : il s'agit de débloquer les conversions.



Mini étude de cas :

À Lisbonne, les recherches pour le week-end de Pâques ont augmenté de 140 %, mais les réservations sont restées stables pour de nombreux appartements. Les propriétés avec une durée minimale de séjour de 5 nuits n'ont pas été retenues. Les opérateurs qui ont réduit leur offre à des séjours de 3 nuits ont capté la demande dès le début avec des TJM sains, tandis que les autres ont été contraints d'appliquer des remises plus tard.



Liste à contrôler : restrictions → politiques → logement → prix

Statistiques : recherches ↑ 140 % | TJM stables | Remises de 20 % pour les réservations tardives



SCÉNARIO 2

Recherches élevées/Réservations élevées (Compression)

Signaux dans Beyond :

- L'activité de recherche dépasse largement la norme.
- En parallèle, les réservations augmentent fortement.
- Le rythme est nettement supérieur aux tendances historiques.

Signification : lorsque le marché s'échauffe, il faut agir en toute confiance

Il s'agit d'une compression. La demande est élevée et se transforme rapidement, les clients sont moins sensibles aux prix. Ils veulent surtout s'assurer de la disponibilité. La compression se produit souvent à l'occasion de pics saisonniers, d'événements locaux ou de chocs externes (comme les perturbations dans les déplacements).

La réaction de Beyond :

- Le moteur de tarification de Beyond pousse automatiquement les TJM vers le haut à mesure que les recherches et les réservations s'accélèrent.
- Le système garantit une augmentation des taux en fonction de la demande afin de protéger le rendement.



Votre rôle en tant qu'opérateur :

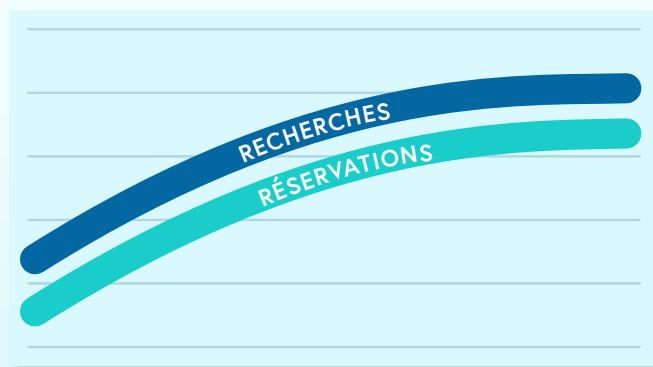
- Examiner les restrictions, ajuster les durées minimales de séjour pour favoriser des réservations plus longues et plus rentables.
- Protéger vos stocks, éviter les remises ou les promotions inutiles ; la compression n'est pas le moment de prendre des mesures incitatives.
- Stratégie de canaux, priorité aux réservations directes ou aux canaux dont les commissions sont moins élevées.
- Proposer des options premium, utiliser des communications directes pour mettre en évidence les améliorations ou les valeurs ajoutées.

Conseil de pro :

La compression permet de gagner des marges. Beyond gère la tarification, votre travail consiste à protéger et à donner la priorité aux bonnes réservations.

Mini-étude de cas :

À Édimbourg, les recherches pour les semaines du festival Fringe ont augmenté de 180 % d'une année sur l'autre. Les opérateurs qui utilisent Beyond ont vu les recommandations TJM grimper régulièrement au fur et à mesure de l'augmentation de la demande. Ceux qui ont aligné les restrictions et donné la priorité aux canaux directs ont obtenu une **augmentation de +15 % de leurs revenus par nuitée disponible (RevPAN)**, tandis que les concurrents qui n'ont pas modifié les restrictions ont vendu plus tôt, mais avec des marges plus faibles.



 **Carte thermique indiquant l'intensité dans les délais courts**

 **Statistiques : Recherches ↑ 180 % | TJM ↑ en hausse constante | RevPAN ↑ 15 %**



SCÉNARIO 3

Faible taux de recherche/Réservations régulières (sous-tarification)

Signaux dans Beyond :

- L'activité de recherche est stable ou inférieure au niveau de référence du marché.
- Les réservations continuent d'augmenter.
- Vous êtes nettement en avance sur les normes du marché.

Ce que cela signifie : vendre trop tôt, trop peu cher

C'est la sous-tarification. Les clients ne sont pas nombreux à chercher activement, mais vos tarifs sont suffisamment bas pour favoriser les réservations. Bien que cela puisse sembler positif, la sous-tarification limite le rendement et érode les marges futures. Les dates importantes sont vendues à un prix erroné.

Comment Beyond réagit :

- Le moteur de tarification de Beyond augmentera progressivement les tarifs si les réservations sont supérieures aux recherches.
- Le système permet de ralentir le rythme afin de préserver les nuitées de grande valeur.



Votre rôle en tant qu'opérateur :

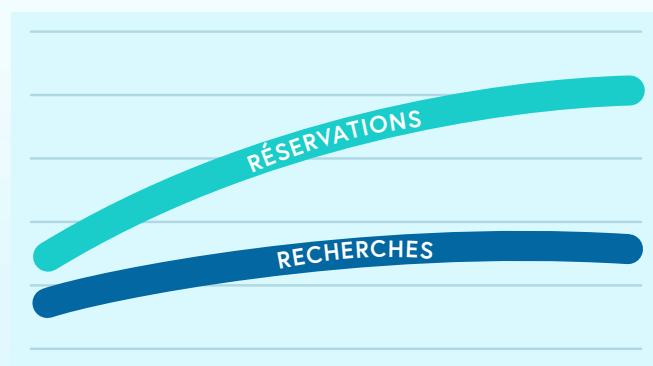
- Surveiller le rythme par rapport au marché, vérifier si votre reprise est nettement en avance sur celle de vos concurrents.
- Protéger les dates importantes, appliquer des restrictions aux fenêtres de réservation pour retenir les périodes de forte demande (vacances, congés scolaires, événements).
- Déplacer la demande vers les périodes intermédiaires, utiliser les règles de séjour pour lier les nuits à faible demande à celles à forte demande (p. ex. le vendredi-samedi liés au dimanche).
- Faire confiance aux ajustements à la hausse du système. Beyond augmente les TJM; votre rôle est d'imposer des restrictions qui alignent l'offre et la demande.

Conseil de pro :

Si les réservations arrivent avant les recherches, ce n'est pas un symptôme de réussite. Votre offre est trop bon marché. Beyond ajuste les taux; votre rôle consiste à retenir l'inventaire.

Mini-étude de cas :

En Cornouailles, les recherches pour les vacances d'octobre sont restées stables en juin, mais les chalets familiaux ont été remplis très tôt à 150 £ de TJM. Beyond a signalé la sous-tarification et a recommandé des augmentations; les opérateurs qui ont soutenu avec des règles de fenêtre de réservation et qui ont fait confiance aux TJM plus élevés ont vendu plus près de la date de séjour à 180 £, ce qui a entraîné une augmentation de +20 % des TJM.



⚠ Avertissement : Remplissage trop précoce

↖ Statistiques : TJM 150 £ contre 180 £ | +20 % de TJM pour les vendeurs tardifs



Ajustements avancés : le Rapport Recherches/Réservations (``Search-to-Book Ratio``)

Un nouvel indicateur clé de performances (ICP/KIP) pour les gestionnaires de revenus

Le Rapport Recherches/Réservations (``Search-to-Book Ratio`` ou S:B Ratio) mesure le niveau de conversion des intentions du marché en réservations. Il compare le volume des recherches au nombre de réservations sur une même période.

$$\text{S:B Ratio} = \frac{\text{Volume de Recherches}}{\text{Volume de Réservations}}$$

Comment le lire :

- **Rapport élevé** → Beaucoup de recherches, peu de réservations, probablement une fuite de conversions.
- **Rapport équilibré** → La demande se transforme de manière saine.
- **Rapport faible** → Les réservations arrivent avant la demande, ce qui entraîne probablement une sous-tarification.



Comment Beyond réagit :

- Beyond suit à la fois les recherches et les réservations, ce qui permet de visualiser le rapport dans les tableaux de bord.
- Le système ajuste les prix en conséquence, tout en signalant les scénarios dans lesquels la conversion doit être réexaminée.

Votre rôle en tant qu'opérateur :

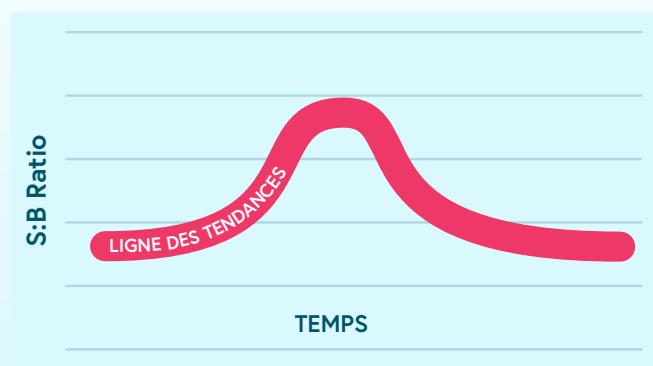
- Utilisez le rapport comme un bilan de santé hebdomadaire.
- Si le rapport semble erroné, posez-vous la question : « S'agit-il d'une question de prix ou de conversion ? »
- Ajoutez des restrictions, améliorez le référencement ou affinez la stratégie de canal en plus des ajustements de prix de Beyond.

Conseil de pro :

Le Rapport Recherches-Réservations traduit le sentiment du marché en temps réel, seul Beyond peut vous donner cette vision.

Mini étude de cas :

À Barcelone, le S:B Ratio pour les week-ends de début septembre a atteint 40:1, symptôme d'une fuite des conversions. Beyond a maintenu les prix; les opérateurs qui ont revu leurs restrictions (en passant d'un minimum de 4 nuits à 2) ont vu leurs réservations s'accélérer sans besoin de procéder à des remises.



Donnée exclusive Beyond : Ratio Recherches/Réservations

⚠️ Statistiques : Volume de Recherches = 1,200 | Réservations = 60 |

Ratio = 20:1



Quatre questions à poser lors de la lecture des données de recherche

Les données de recherche sont puissantes, mais seulement si vous savez quelles questions leur poser. Les meilleurs opérateurs ne se contentent pas de regarder le volume, ils interrogent les modèles.

1. Les recherches arrivent-elles plus tôt ou plus tard que d'habitude ? (Dynamique des délais de réservation)

- La demande se développe-t-elle dans sa fenêtre de réservation normale ou s'est-elle déplacée ?
➤ Par exemple, si les recherches atteignent leur maximum 120 jours plus tard, cela indique une compression précoce.

Posez-vous la question : «Le timing des signaux de recherche est-il normal, précoce ou tardif par rapport aux attentes ?»



2. Quel type de séjour les gens recherchent-ils ? (Qualité vs Quantité)

- Les clients recherchent-ils des séjours de courte ou de longue durée, des week-ends ou des jours de semaine, des couples ou des familles ?
- Si la majorité des recherches ne correspond pas à vos restrictions, les réservations n'afflueront pas.

Posez-vous la question : « Mon séjour minimum, mon changement de logement ou mon type de propriété correspondent-ils au comportement de recherche que j'observe ? »

3. « Mes performances sont-elles conformes à celles du marché ? » (Benchmarking)

- Est-ce que tout le monde voit un nombre élevé de recherches, mais peu de réservations – ou est-ce juste moi ?
- Si l'ensemble du marché est mou, il ne faut pas remiser trop tôt. S'il s'agit uniquement de votre propriété, vérifiez les barrières à la conversion.

Posez-vous la question : « Ce signal est-il une tendance à l'échelle du marché ou un problème spécifique à un bien immobilier ?



4. Les pics de recherche indiquent-ils un événement ou un choc ? (Système d'alerte précoce)

- Les concerts, les événements sportifs, les vacances scolaires ou les problèmes de transport sont souvent précédés d'une augmentation des recherches.
- Si vous constatez un pic soudain, recherchez la cause et adaptez votre stratégie avant la hausse des réservations.

Posez-vous la question : «Quel facteur externe pourrait expliquer cette activité de recherche et comment dois-je m'y préparer ?»

Principaux enseignements



Les analyses relatives aux recherches ne se limitent pas à une analyse du volume des demandes. Ce sont des outils de diagnostic. En posant les bonnes questions sur le timing, le type, l'analyse comparative et les éléments déclencheurs, vous pouvez transformer la recherche en un système de prévision pratique.



Dynamique
des délais de
réservation

Qualité vs
Quantité

Analyse
comparative

Système
d'alerte
précoce

**Les recherches, ce sont des données.
Avec les bonnes questions, cela
devient des informations clés.**



Études de cas

Comment les données de recherche ont révélé une opportunité plusieurs semaines avant l'explosion des réservations

À la fin du printemps, les recherches pour un week-end de juin à York ont augmenté de plus de 250 % par rapport à l'année précédente. Pourtant, les réservations sur l'ensemble du marché sont restées stables pendant près de deux semaines.

À première vue, les opérateurs auraient pu penser que la demande était faible. Cependant, il s'agissait d'une fuite de conversion classique : les voyageurs cherchaient activement, mais des séjours minimums restrictifs et des changements rigides bloquaient la conversion.

Les opérateurs qui ont reconnu le signal ont agi rapidement :

- assouplissement des durées minimales de 3 nuits pour permettre des séjours de 2 nuits ;
- annonces à jour, avec des photographies récentes et des politiques claires d'annulation ;
- maintien des prix, en résistant à l'envie d'appliquer des remises.



Lorsque les réservations ont finalement augmenté, ces opérateurs avaient déjà capté la première vague de demande rentable. Au lieu de courir après le marché en proposant des remises, ils ont vendu avec des TJM plus élevés et obtenu des réservations directes de plus grande valeur.

Résultats :

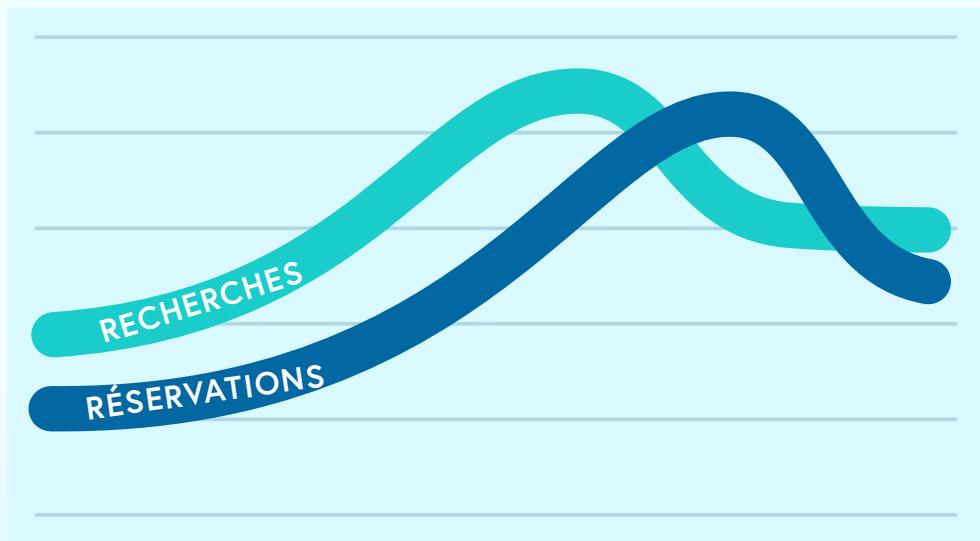
- **augmentation de +12 % des TJM** par rapport aux pairs qui ont procédé à des remises tardives ;
- accélération du rythme jusqu'à la date de séjour ;
- moins de recours aux remises de dernière minute.



Principaux enseignements



L'activité de recherche a été le principal signal. Les réservations sont une confirmation différée. En agissant sur le signal, les opérateurs ont créé des revenus plutôt que les attendre.



Information clé : Pic de recherches détecté deux semaines avant l'augmentation des réservations

Statistiques : augmentation de 12 % du prix moyen par nuitée pour les opérateurs proactifs



Quand les données de recherche signalent un événement plusieurs semaines avant le déplacement des réservations

À Liverpool, les recherches pour un week-end de la mi-juillet ont augmenté de 300 % en une semaine. Les réservations sont toutefois restées stables sur l'ensemble du marché.

Les opérateurs qui ont surveillé les données ont rapidement fait le lien avec un concert dans un grand stade annoncé cette semaine-là. L'activité de recherche a agi comme un système d'alerte précoce, prouvant que la demande prenait forme bien avant que les clients ne se montrent prêts à réserver.

Opérateurs proactifs :

- protection de l'inventaire des dates importantes en retenant les séjours d'une nuit ;
- augmentation progressive des TJM en prévision d'une demande plus forte ;
- le marketing direct a été utilisé pour promouvoir la disponibilité pendant le week-end.



Opérateurs réactifs :

- Ils supposent qu'il s'agit du bruit de recherche normal et maintiennent les restrictions.
- Ils n'ajustent la tarification que lorsque les réservations commencent à affluer, alors que l'essentiel de l'inventaire de dates importantes est déjà épuisé.

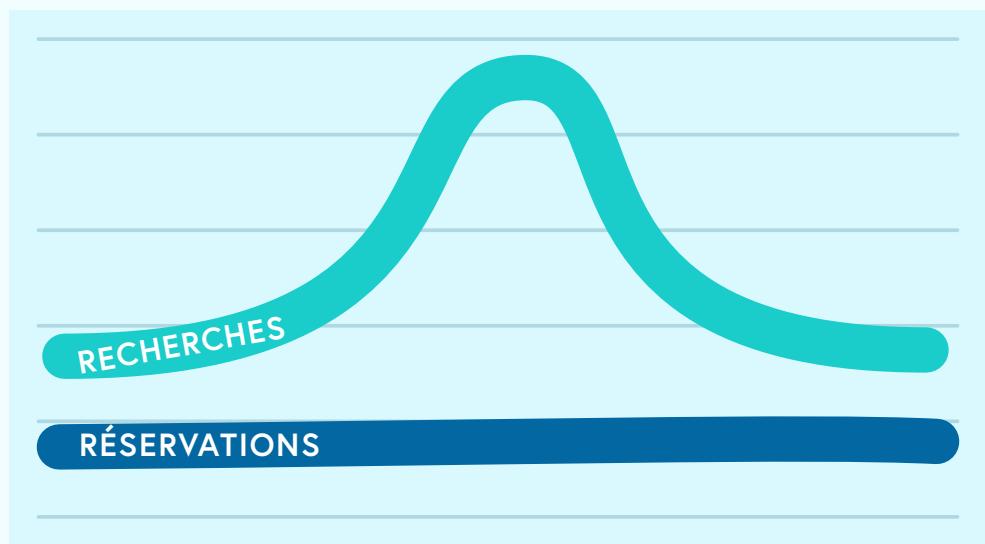
Résultats :

- Les opérateurs proactifs obtiennent une **augmentation de +15 % des RevPAN**.
- Ils obtiennent des séjours de plus grande valeur avec des TJM plus élevés, alors que les concurrents vendent plus tôt, à des prix plus bas.

Principaux enseignements



Les pics de recherches constituent un radar précoce pour les événements et les anomalies. En les identifiant rapidement, les opérateurs bénéficient d'un avantage décisif : ils protègent leurs stocks, optimisent les TJM et ciblent la demande avant que le marché ne réagisse.



Information clé : +300 % d'activité de recherches, réservations stables

Statistiques : augmentation de +15 % des RevPAN pour les opérateurs proactifs



Flux de travail : comment utiliser les recherches chaque semaine

Transformer l'analyse des recherches en rituel hebdomadaire

Les données de recherche sont plus efficaces lorsqu'elles font partie intégrante de votre routine. L'objectif n'est pas de les consulter une fois de temps en temps, mais de construire une boucle cohérente dans laquelle les informations recueillies mènent à l'action.

La boucle des 4 étapes :

➤ Surveiller

- Examinez l'activité de recherche au niveau des logements et du marché.
- Concentrez-vous sur les pics, les anomalies ou les changements dans les délais de réservation.

➤ Diagnostiquer

- Appliquez le cadre des trois scénarios : fuite des conversions, compression ou sous-tarification.
- Utilisez le Rapport Recherches/Réservations pour effectuer un rapide bilan de santé.



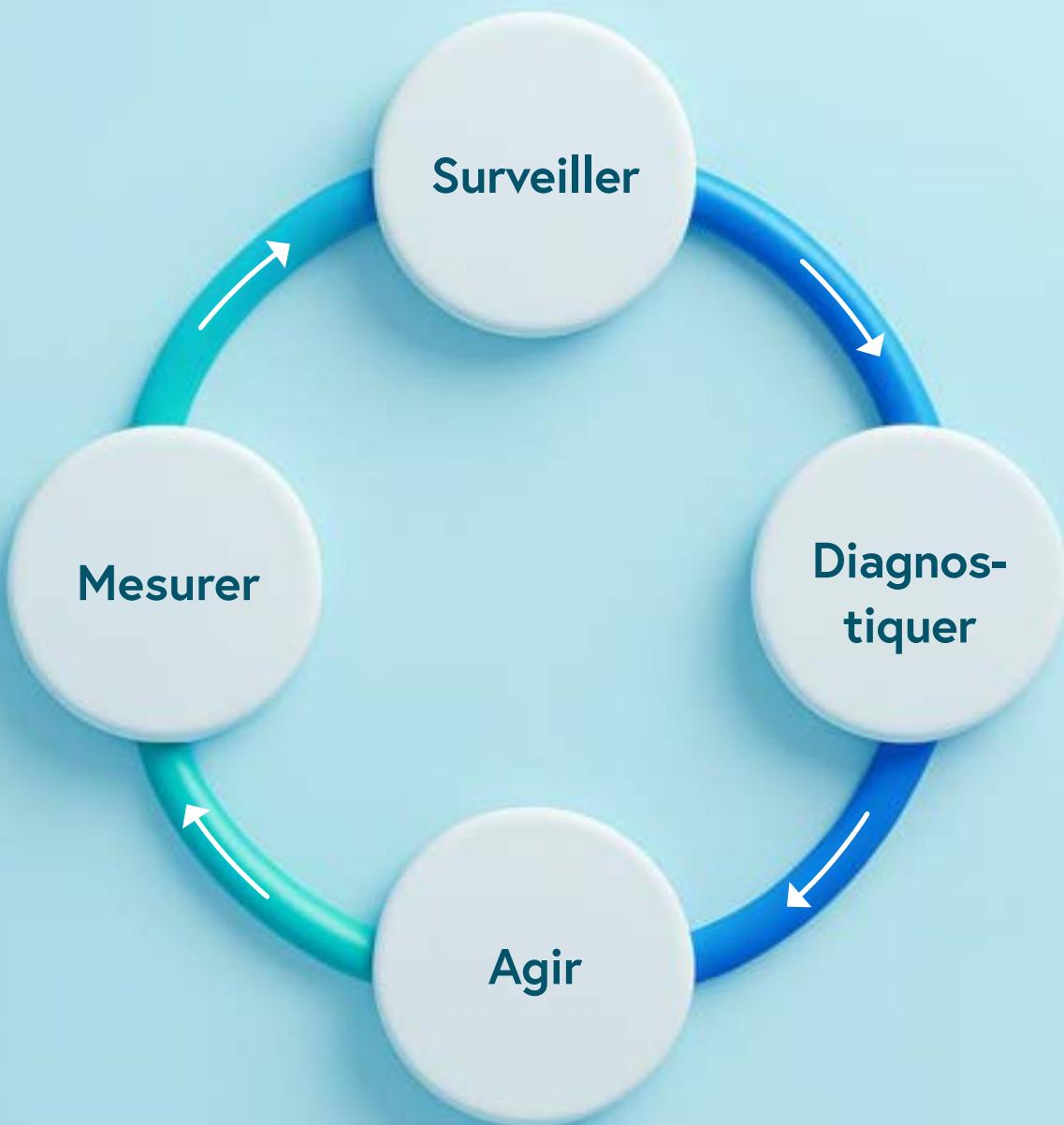
➤ Agir

- Utilisez les recommandations de Beyond en matière de tarification pour traduire les signaux de la demande.
- Superposez les leviers de l'opérateur : restrictions, politiques, hiérarchisation des canaux, déclencheurs marketing.

➤ Mesurer

- Suivez les résultats par rapport aux TJM, au rythme et aux RevPAN.
- Réexaminez les tendances de recherche chaque semaine pour repérer rapidement les changements.

La gestion des revenus ne consiste pas à réagir plus vite, mais à anticiper plus tôt. Les données de recherche vous permettent d'agir au bon moment, avant le reste du marché.



Rythme hebdomadaire
= regarder vers l'avant
et non vers l'arrière.



Portefeuille d'entreprises et projets commerciaux

Des logements uniques à l'intelligence du portefeuille

Les données de recherche sont précieuses au niveau des biens immobiliers, mais leur puissance est décuplée lorsqu'elles sont appliquées à l'ensemble d'un portefeuille. Pour les gestionnaires qui supervisent des dizaines ou des centaines d'unités, les signaux de recherche deviennent un radar pour la stratégie commerciale, pas seulement pour la tarification.

Comment utiliser les données de recherche à grande échelle :

➤ Triage du portefeuille

- Trier les logements en fonction du Rapport Recherches/Réservations.
- Les propriétés qui présentent des rapports élevés (beaucoup de recherches, peu de réservations) dénotent une fuite des conversions.
- Les biens immobiliers qui présentent des rapports faibles (réservations régulières, recherches faibles) sont probablement sous-tarifés.
- Concentrez l'attention de votre équipe là où c'est le plus important.

➤ Hiérarchisation du marché

- Comparez l'intensité des recherches entre les marchés ou les destinations.
- Repérez les zones qui se réchauffent avant l'augmentation des réservations.



- Réaffectez les dépenses de marketing ou la promotion des stocks à ces marchés dès le début.

➤ Stratégie de canal

- Si une OTA présente un niveau élevé de recherches, mais un taux de conversion faible, cela peut indiquer des problèmes de visibilité des logements ou des contenus.
- Optimisez ce canal ou détournez la demande en direct.

➤ Rapports aux propriétaires et au conseil d'administration

- Utilisez les informations sur les recherches comme indicateur principal dans les mises à jour des performances.
- Au lieu de vous contenter d'un rapport différé sur le taux d'occupation, montrez comment les signaux de recherche permettent de prévoir les revenus futurs.
- L'inclusion de données de recherche renforce la confiance et la crédibilité de votre stratégie auprès des propriétaires.

Principaux enseignements



À l'échelle du portefeuille, les données de recherche sont plus qu'un outil de tarification. Elles deviennent un système d'intelligence commerciale qui indique où concentrer les ressources, comment équilibrer les canaux et comment communiquer sur les performances futures.



**Recherches = radar du
portefeuille**



QListe de contrôle rapide

Votre guide de recherche hebdomadaire en cinq questions

Les données de recherche peuvent sembler complexes, mais les bonnes questions les simplifient en actions claires. Utilisez cette liste de contrôle chaque semaine pour guider vos décisions.

Posez-vous ces cinq questions chaque semaine :

- **Les recherches ont-elles augmenté par rapport à la situation de départ ?**
 - Si oui, demandez-vous : s'agit-il d'une compression ou d'une fuite des conversions ?

- **Les réservations suivent-elles le rythme des recherches ?**
 - Si ce n'est pas le cas, examinez les restrictions, les politiques ou la santé des logements.

- **Mon Rapport Recherches/Réservations est-il équilibré ?**
 - Élevé = fuite des convers. Faible = sous-tarification.

- **Mon rythme est-il en phase avec le marché ?**
 - Si vous recrutez tôt sans répondre à la demande des recherches, vous laissez de l'argent sur la table.



➤ **Est-ce que je protège les dates importantes ?**

- Recherches solides pour les vacances/événements = retenez l'offre et défendez les TJM.

Stratégies à mettre en œuvre :

- **Pic des recherches, stagnation des réservations** : vérifiez d'abord les restrictions et les conversions, ne vous précipitez pas sur les remises.
- **Recherches et réservations en hausse** : tirez parti des réductions tarifaires de Beyond, resserrez les séjours et protégez l'inventaire.
- **Réservations régulières, peu de recherches** : la tarification de Beyond fera grimper les TJM, tandis que vous ajouterez des restrictions pour préserver les dates clés.

Principaux enseignements



Les données de recherche sont bien plus que des données. Il s'agit d'une série de questions hebdomadaires qui vous permettent de garder une longueur d'avance sur le marché, d'avoir confiance dans le système et d'agir clairement.



Questions
à poser



Actions
à mener

Utilisez cette liste chaque semaine : anticipez plutôt que de réagir.



Anticipez demain, cessez de réagir au passé

La gestion des revenus a toujours été fondée sur des indicateurs différés. L'occupation, les TJM et les RevPAN vous indiquent où vous avez été, mais pas où vous allez. Au moment où les réservations apparaissent, les opportunités les plus intéressantes sont peut-être déjà passées. Les données de recherche changent l'équation et peuvent transformer la gestion des revenus en un exercice d'anticipation qui vous aide à :

- repérer la demande plusieurs semaines avant les réservations ;
- diagnostiquer rapidement les problèmes de conversion ;
- protéger les marges sans dépendre des remises de dernière minute.

Les opérateurs qui intègrent cette anticipation dans leur flux de travail hebdomadaire surpassent systématiquement ceux qui attendent que le marché leur dise ce qui s'est déjà passé.

Principaux enseignements :

Les réservations vous renseignent sur le passé, les recherches vous renseignent sur l'avenir. Les gagnants seront les opérateurs qui sauront gérer les deux.

Prochaine étape :

Si vous souhaitez intégrer les informations concernant les recherches au flux de travail de votre portefeuille, planifiez une configuration du flux de travail avec Beyond.



L'avenir de la gestion des revenus, c'est l'anticipation

Découvrez la prochaine étape avec Beyond

