

La checklist de l'hôtelier indépendant pour réduire les commissions OTA

1 Connaissez la valeur réelle de chaque réservation

- Calculez votre coût réel par réservation directe
- Calculez votre coût réel par réservation OTA pour chaque canal
- Comparez le bénéfice net par réservation
- Identifiez quelle part de vos réservations provient actuellement du canal direct vs. les OTA
- Fixez un objectif de part de réservations directes

3 Préparez-vous à négocier

- Récupérez 12 mois de données pour chaque OTA
- Identifiez vos canaux les plus performants
- Rédigez un argumentaire de négociation en utilisant vos données de performance comme preuve
- Recherchez d'autres canaux disponibles pour votre établissement et marché
- Planifiez une révision avec vos OTA les plus performantes

5 Analysez quels canaux fonctionnent pour vous

- Listez toutes les OTA sur lesquelles vous êtes référencé actuellement
- Récapitulez les performances pour chaque canal
- Signalez les canaux avec un taux d'annulation supérieur à 30-35%
- Signalez tout canal où les remises promotionnelles font passer les revenus nets en dessous de votre équivalent réservation directe
- Supprimez ou déprioritez tout canal qui n'a pas mérité sa place

2 Auditez vos frais cachés et programmes promotionnels

- Examinez chaque contrat OTA pour ses conditions
- Listez vos programmes promotionnels
- Calculez le taux de commission effectif pour chaque programme
- Évaluez si les programmes où la commission dépasse 25% sont justifiés
- Calculez le ROAS des annonces sponsorisées

4 Examinez votre situation de parité tarifaire

- Relisez vos contrats OTA actuels
- Notez à quoi s'applique la clause de parité
- Comprenez le cadre juridique de la parité tarifaire dans votre marché
- Si vous n'êtes pas sûr de ce que vos contrats permettent, soumettez la question à un conseiller juridique

6 En continu : faites-en une habitude

- Définissez un rappel trimestriel récurrent pour examiner les performances des canaux
- Vérifiez vos conditions de contrat OTA annuellement, ces conditions changent souvent
- Examinez votre taux de conversion des réservations directes et identifiez des améliorations
- Suivez votre part de réservations directes mois après mois

