

Votre check-list tarifaire sur 30 jours

Effectuez cette vérification une fois par mois, idéalement en début de période ou avant une saison chargée. Chaque point est essentiel à votre stratégie tarifaire et ne vous prendra pas des heures.

1. Constituez ou révisez votre panel de concurrents

- Sélectionnez trois à sept hôtels comparables en termes de localisation, d'avis clients, de catégorie, de type de chambre et de clientèle cible.

Un panel obsolète ou approximatif fausse l'ensemble de la démarche.

- ➔ **Prochaine étape:** Listez vos comparables maintenant. Si la liste semble dépassée, remplacez les établissements qui ne correspondent plus à votre profil avant de continuer.

2. Comparez les tarifs sur plusieurs types de dates

- Vérifiez séparément les jours de semaine, les week-ends et les dates à forte demande.

Une seule date de référence peut induire en erreur. Les prix varient considérablement selon les périodes.

- ➔ **Prochaine étape:** Si un type de date est hors norme, corrigez uniquement cette période. N'appliquez pas de modification globale sur le mois entier.

3. Comparez le prix total affiché, pas seulement le tarif de base

- Incluez les taxes, les frais, les conditions d'annulation et les inclusions telles que le petit-déjeuner ou le parking.

Un concurrent à 110 € en tarif non remboursable sans petit-déjeuner n'est pas la même offre que votre tarif flexible à 125 € avec petit-déjeuner.

- ➔ **Prochaine étape:** Si votre prix total est nettement supérieur à celui de vos concurrents sans avantage clairement perceptible, identifiez la source de l'écart avant d'ajuster votre tarif.

4. Positionnez-vous par rapport à la médiane du marché

- Vous n'avez pas besoin d'être le moins cher. Si vous êtes systématiquement en dessous de la médiane, vous sous-tariferez probablement.

Si vous êtes au-dessus sans avantage évident, vous risquez d'orienter les clients vers un concurrent.

- ➔ **Prochaine étape:** Commencez par vos dates les plus chargées : c'est là que la sous-tarifation coûte le plus. Une fois ces dates optimisées, travaillez les périodes plus calmes.

5. Identifiez les événements locaux et les signaux de demande

- Tout ce qui est complet à proximité, se remplit rapidement ou attire un afflux de visiteurs dans votre zone peut modifier ce que le marché peut supporter à des dates spécifiques.

Vérifiez maintenant, pas après coup.

- ➔ **Prochaine étape:** Ajustez vos tarifs sur les dates concernées dès que vous détectez un signal. Les modifications de dernière minute aident, mais les ajustements précoces captent toute la fenêtre de réservation.

6. Vérifiez votre rythme de réservation

- Vos chambres se remplissent-elles plus vite ou plus lentement que sur la même période l'an passé ?

Le rythme est l'un des signaux les plus clairs indiquant qu'un ajustement tarifaire est nécessaire.

- ➔ **Prochaine étape (en avance sur l'an passé) :** Vous avez un levier tarifaire. Testez une légère hausse sur ces dates.
Prochaine étape (en retard sur l'an passé) : Vérifiez la disponibilité de vos concurrents avant de baisser vos prix. Si le marché est globalement calme, une réduction tarifaire ne changera pas la donne.

7. Vérifiez votre tarif de réservation directe et la cohérence entre canaux

- La compétitivité peut varier selon le canal.

Un écart de parité — tarif OTA inférieur à celui de votre site direct, ou inversement — peut orienter discrètement les clients vers le mauvais canal.

- ➔ **Prochaine étape:** Corrigez immédiatement tout écart de parité. Votre tarif direct doit toujours donner aux clients une raison claire de réserver chez vous plutôt que via une OTA.

8. Planifiez la prochaine vérification pour le mois suivant

- Une tarification compétitive est plus efficace lorsqu'elle est actualisée régulièrement.

Cette check-list ne demande pas des heures de travail. C'est la régularité qui la rend efficace.

- ➔ **Prochaine étape:** Notez-le dans votre agenda avant de fermer cette page.

Que faire lorsque vous identifiez un écart ?

- **Tarifcation solide :** Continuez à surveiller tout au long du mois. Le positionnement concurrentiel peut évoluer même si vous ne changez rien, si un concurrent baisse ses tarifs ou si une nouvelle pointe de demande modifie le marché.
- **Des tarifs à optimiser :** L'ajustement le plus impactant concerne généralement vos dates les plus chargées — là où la demande est la plus forte et où la sous-tarifation coûte le plus. Les dates à faible occupation sont un point de départ moins risqué si vous manquez encore de confiance pour des ajustements plus importants.
- **Tarifcation clairement inadaptée :** Agissez aussi vite que possible. Les clients recherchent et réservent constamment dans la fenêtre des 30 jours. Un ajustement tardif aide tout de même. Chaque jour correctement tarifé est un jour où vous pouvez récupérer des réservations potentiellement perdues.