

IV. LES TECHNIQUES D'HEBERGEMENT

Une technique peut être définie comme un ensemble de procédés employés pour produire une œuvre ou obtenir un résultat déterminé.

En hôtellerie, les techniques d'hébergement regroupent l'ensemble des méthodes et systèmes utilisés pour gérer les aspects liés à l'accueil, au séjour, au départ des clients et à la gestion de l'établissement. Ces techniques visent à optimiser l'expérience client, à assurer une gestion efficace des opérations et à maximiser la rentabilité de l'entreprise.

Parmi les techniques utilisées dans l'hébergement on peut citer :

1. OPERATIONS DE RECEPTION

L'opération en réception, également appelée Front Office, est le cœur de l'activité d'un établissement hôtelier dans la mesure où les agents de la réception sont considérés comme étant les premières et les dernières personnes que rencontrent les clients et jouent un rôle essentiel dans l'image de ce que les clients retiendront. Ils sont également au carrefour des services et par conséquent le poste clé pour le fonctionnement de l'établissement. Leurs missions comportent une extrême variété de tâches allant de la réservation à la facturation du séjour du client.

- La réservation et la réception avec un système de réservation centralisé permettant de gérer les réservations en ligne et par téléphone, de suivre les disponibilités et d'optimiser le taux d'occupation grâce aux logiciels conçus pour la gestion hôtelière tels que Orchestra hôtel, vigi hôtel, GES hôtel, Oracle OPERA etc.
- Le check in et le check out efficace pour assurer un accueil et un départ fluide, avec la mise en place d'outils tels des paiements automatisés.
- Les techniques de vente et de marketing permettant d'optimiser la distribution des chambres par l'intermédiaire de plusieurs canaux (tours opérateurs, agences de voyage, sites web, réservations en ligne comme les plateformes Bookig.com, Airbnb, Expedia, Hotels.com etc.
- La gestion des chambres et des espaces : technique qui permet de maintenir la propreté et la qualité des chambres, des espaces communs et des installations.
- La gestion des stocks et des fournitures : elle permet d'optimiser l'approvisionnement en ligne, en produit d'accueil et autres consommables.

- La maintenance et réparation : techniques permettant d'assurer le bon fonctionnement des équipements et des infrastructures.
- Le service à la clientèle : Nous avons d'abord la technique de l'accueil et de l'écoute du client qui consiste en la formation du personnel à l'accueil à la communication et à la gestion des demandes et des besoins des clients. Il y a aussi la gestion des plaintes et des réclamations permettant de résoudre un problème et de maintenir la satisfaction du client et enfin la communication multilingue qui permet au personnel de pouvoir communiquer avec une clientèle internationale.

2. LE YIELD MANAGEMENT

Le *Yield Management* est un instrument marketing et commercial basée sur une tarification et une offre flexibles. Il est plus souvent utilisé par les entreprises du secteur hôtelier et du transport.

Désigné également sous le terme de *Revenue Management* ou tarification en temps réel ou encore tarification flexible par les commerciaux, le Yield Management est défini par *Digishool* (un spécialisé sur le marketing) comme une méthode de fixation du prix qui permet de calculer en temps réel les meilleurs prix pour optimiser le profit généré par la vente d'un produit ou d'un service.

Le *Yield Management* a pour objectif principal de maximiser le chiffre d'affaires d'une entreprise ou encore la marge générée en jouant sur les combinaisons de variables et de taux d'occupation à l'aide d'une politique tarifaire différenciée qui permettra à l'entreprise de se départir de la concurrence. Il permet à l'entreprise de vendre le bon produit, au bon client, au bon moment et au prix. Le Yield management est en définitive une méthode d'optimisation cherchant à maximiser le revenu de l'entreprise de service sous la contrainte d'une capacité disponible qu'il allouer en fonction de la demande exprimée. Pour ce faire, l'entreprise doit à la fois gérer l'inventaire ou le stock périssable des unités disponibles et la tarification.

Ainsi, l'application de ce système de gestion tarifaire à des capacités disponibles telles que des chambres disponibles en hôtellerie est devenue ces dernières années une obligation pour les hôteliers dans la mesure où elle est la source d'augmentation du chiffre d'affaires de l'hôtel et du revenu global. Son utilisation est fortement recommandée à tous les acteurs de l'hôtellerie pour une amélioration leur résultat final. Le Yield Management est basé sur :

- La gestion financière : Avec une tarification et une politique de prix permettant de définir les prix compétitifs et d'optimiser le chiffre d'affaires tout en maximisant les recettes sur les périodes de pics d'activités et d'améliorer encore le remplissage pendant les périodes creuses et un contrôle des coûts pour une gestion efficace des dépenses et des ressources et enfin une analyse financière et reporting qui permet de faire le suivi des performances financières de l'établissement.
- Le marketing et la communication : ils visent à faire connaitre l'établissement afin d'attirer des clients et de les fidéliser avec la création de contenus dans les différents plateformes de communication tels que les réseaux sociaux, les sites web, panneaux publicitaires. Il est aussi recommandé d'encourager les clients de partager leurs expériences et leurs photos pour une meilleure visibilité de l'établissement.

En résumé le yield management aide dans les prises de décision de la politique commerciale de l'établissement, dans l'optimisation du chiffre d'affaires par l'augmentation du taux d'occupation, d'assurer la vente du bon service au bon client et au bon moment ainsi qu'au bon prix.

3. LES OUTILS DE CONTROLE

L'hébergement fait partie des principaux services de l'hôtellerie. Il fait l'objet d'un contrôle permanent de ses activités qui sont génératrices de revenus. L'activité d'hébergement est assignée des objectifs prévisionnels à atteindre dans le cadre d'une procédure souple et adaptée. Pour ce faire, des instruments d'évaluation et d'analyse sont mis en œuvre pour maintenir l'activité dans les normes édictées. Parmi ces instruments nous avons :

- Le taux d'occupation (TO): il indique le pourcentage de chambres occupées par rapport au nombre total de chambres disponible. C'est un indicateur clé de la performance d'un établissement d'hébergement et peut varier en fonction de la saisonnalité et d'autres facteurs.

La formule générale est : (Nombres de chambres louées/ nombre de chambres disponible)*100

- Le taux d fréquentation (TF) : Il permet d'évaluer l'affluence et la popularité d'un lieu et peut être utilisé pour optimiser la gestion des ressources et adapter l'offre aux

besoins de la clientèle. IL est généralement calculer comme suit : (nombre de clients logés/ nombre de chambres louées) *100

- L'Indice de fréquentation (IF) : Il mesure le nombre moyen de clients par chambre louée et permet en même temps d'évaluer la performance de l'hôtel en adaptant son offre en fonction de la clientèle. Pour trouver l'indice de fréquentation on divise le nombre total de clients logés par le nombre total de chambres louées. Le résultat obtenu nous indique le type de chambre le plus prisé.
- La durée moyenne séjour(DMS) : C'est un indicateur clé de performance dans l'industrie hôtelière et représente le nombre moyen de nuitées passées par un client dans un hôtel. Sa formule est la suivante : nombre total de nuitées / nombre total d'arrivées clients.
- Le prix moyen d'une chambre (PMC): C'est un indicateur pour les gestionnaires d'hôtels, car il permet de suivre l'évolution des revenus et d'évaluer l'efficacité des stratégies tarifaires. $PMC = \text{Chiffre d'affaires (CA)}_{\text{total des chambres HT}} / \text{nombre de chambres vendues}$.
- La dépense moyenne client/ jour (DMC) : Cet indicateur permet de mieux comprendre le comportement des clients et d'adapter l'offre en conséquence, par exemple en ajustant les prix ou en proposant des propositions. La DMC se calcule comme suit = $\text{CA TOTAL HT} / \text{Nombre de nuitées clients}$
- Le taux d'indisponibilité (T.I) : il s'exprime en pourcentage et mesure le temps pendant lequel un système, un équipement ou un service n'est pas disponible. Il se calcule en divisant le nombre de chambres indisponibles par le nombre total de chambres de l'hôtel, puis en multipliant par 100. $T.I = (\text{Nombres de chambres indisponibles} / \text{Nombre total de chambres de l'hôtel}) * 100$

EXERCICE PRATIQUE

L'hôtel du METH 1 compte 300 chambres. Sa capacité de logement est de 400 clients.

La situation journalière du 20/08/25 est présentée comme suit :

- Chambres double vendues 120
- Chambres single vendue 90
- Tarif des chambres single : 30.000 FCFA
- Tarif des doubles : 45.000 FCFA

- NB : Il y a 10 chambres qui sont hors service (HS)

Travail à faire :

1. Calculer le taux d'occupation
2. Le taux de fréquentation
3. L'indice de fréquentation
4. Le prix moyen d'une chambre
5. La dépense moyenne client
6. Le taux d'indisponibilité