

CAS CLIENT DE RÉUSSITE

Compétitivité Bahia Principe Hotels & Resorts

Les ventes directes de Bahia Principe Hotels & Resorts améliorent leur situation concurrentielle vis-à-vis des autres canaux de distribution online.

BAHIA PRINCIPE HOTELS & RESORTS

- Chaîne hôtelière du Groupe Piñero avec 24 hôtels dans les Caraïbes (République dominicaine, Mexique et Jamaïque) et en Espagne
- (Majorque et Tenerife)
- Hôtels opérant sous 4 marques différentes : Luxury, Grand, Fantasía et Sunlight

 www.bahia-principe.com

MIRAI CONSULTING

- Spécialisés en e-commerce, vente directe et distribution hôtelière
- Service de Mirai, entreprise axée sur l'optimisation de la vente directe hôtelière
- Google Premier Partner

 www.mirai.com

DÉFIS

- Améliorer la compétitivité des prix par rapport aux distributeurs online
- Améliorer le rendement des vitrines comme Google Hotel Ads
- Optimiser et incrémenter la vente directe

RÉSULTATS

- %Lose inférieur à 10%
- Taux d'impression proche de 95%
- Ventes directes avec une croissance à deux chiffres et qui atteignent des niveaux records

“ Nous sommes très satisfaits des résultats obtenus suite à la collaboration avec Mirai. Dès les débuts, nous avons travaillé comme une seule et même équipe. Leur implication, leur vision et leur expérience en ont fait un processus très intéressant et satisfaisant, et nous sommes parvenus à aligner toute l'organisation vers un même objectif. ”

Lluisa Salord

SVP Global Sales,
Contracting & Distribution
@Bahia Principe

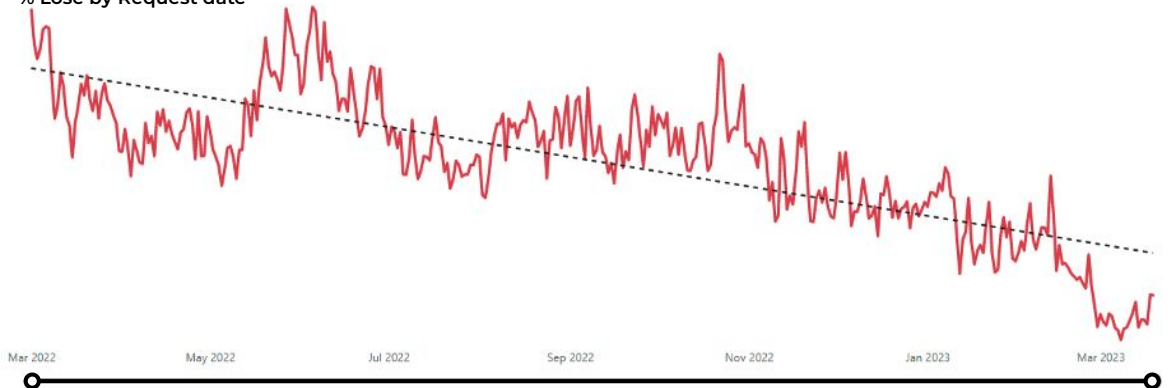
Bahia Principe Hotels & Resorts est conscient des changements opérés sur le marché et chez le consommateur et donne la priorité à une distribution ordonnée et efficace qui permette la croissance de la vente directe. Cela suppose de travailler avec des partenaires sélectionnés qui apportent une réelle valeur tout en maintenant toujours un prix direct compétitif.

À l'origine, Bahia Principe Hotels & Resorts était très lié au monde des tour-opérateurs où la vente directe jouait un rôle secondaire. Pour changer cette culture et les dynamiques associées, **l'établissement a fait appel à Mirai Consulting** pour l'aider à diagnostiquer la situation, suggérer les changements nécessaires et l'accompagner dans cette transformation.

Un des aspects les plus importants pour la vente directe est la compétitivité de ses prix par rapport aux canaux alternatifs où le produit de Bahia Principe est commercialisé. Cet aspect est particulièrement important sur les comparateurs d'hôtels (metasearch) étant donné que cela le met en évidence pour le client final à des moments clés de la prise de décision.

Google Hotel Ads est la principale vitrine qui affiche les prix pour les marchés importants de Bahia Principe. Avec leurs données, il est possible d'analyser le nombre d'occasions où leurs hôtels apparaissent dans l'écosystème de Google et comment se situent leurs prix par rapport aux autres distributeurs de leur produit ([+info](#)). Chaque semaine, Mirai télécharge ces données, les importe sur Power BI et génère un rapport qui permet de comprendre la situation globale et celle de chaque hôtel, sur chaque marché et pour chaque date de réservation ou de séjour. De ce fait, nous construisons un KPI clé : %Lose, qui est le pourcentage d'occasions où l'hôtel dispose d'un moins bon prix qu'un autre distributeur important. Voilà son évolution depuis que Mirai a commencé à collaborer avec Bahia Principe :

% Lose by Request date



Request date

L'amélioration de la compétitivité des prix a été atteinte après plusieurs phases de travail :

- La première phase a consisté à ordonner / assainir les canaux de distribution afin de se concentrer sur ceux qui apportent de la valeur.
- La deuxième phase s'est orientée sur l'optimisation de la vente directe, en analysant pour ce faire la compétitivité de leurs prix sur les différents scénarios (hôtel, marchés, dates...) et en faisant les ajustements nécessaires.
- La troisième et dernière phase a consisté à trouver et à documenter les cas les plus importants pour passer à l'action avec les canaux de distribution concernés.

Pablo Sánchez, de Mirai Consulting, souligne l'importance d'être compétitif sur le canal direct, comme l'un des piliers commerciaux : « Vous pouvez avoir le meilleur site internet, le meilleur moteur et dépenser des millions en marketing digital, si vous n'êtes pas compétitif, les réservations termineront ailleurs ».

CONCLUSION

Bahia Principe Hotels & Resorts passe d'un niveau de compétitivité perfectible à un très bon niveau, une référence sur le secteur, ce qui lui permet de profiter d'un meilleur rendement de ses campagnes sur les méta-moteurs et d'obtenir **plus de réservations à un meilleur coût.**