

LES MEDITERRANEEES CAMPINGS VILLAGES & SPA

ACCOMPAGNEMENT A LA MISE EN ŒUVRE DU REVENUE MANAGEMENT AVEC LA SOLUTION QRUSH



Objectifs :

- Mise en œuvre d'une stratégie de pricing et revenue management
- Optimisation des ressources matérielles et humaines

Solution :

Mise en place de la plateforme QRUSH, dédiée à l'hôtellerie de plein air, et accompagnement de l'équipe de Direction



Résultats :

- Montée en compétence en matière de revenue management
- Optimisation de la rentabilité et amélioration des marges financières
- Croissance du C.A. à périmètre constant

« Au lancement du projet, nous ne connaissions rien au revenue management, aux algorithmes ni à la tarification dynamique. Cela a été un vrai « choc des cultures », mais l'expert EURODECISION a su se mettre à notre niveau et il s'est montré très pédagogue et patient. Toujours à l'écoute, l'équipe a une vraie volonté de satisfaire nos besoins. Aujourd'hui, QRUSH est pour moi plus qu'un logiciel, c'est mon tableau de bord quotidien pour analyser les tendances et anticiper les réservations. Je suis donc ravie et enchantée d'avoir choisi la solution EURODECISION. » Savinka JOURDAN-BOUJOL, Direction Opérationnelle

Fondé en 1976, le groupe familial Les Méditerranées compte trois campings 5 étoiles en bord de mer, à Marseillan (Hérault). Au plus fort de la saison estivale, les 2 000 emplacements, dont 1 200 hébergements locatifs haut de gamme, accueillent près de 10 000 vacanciers par jour.

Après avoir fait partie du réseau d'hôtels de plein air Yelloh Village pendant plusieurs années, Jean-Marc BARDOU, propriétaire des établissements, a souhaité reprendre son indépendance en 2011 et réinvestir le budget de cette adhésion dans ses propres opérations de commercialisation et communication. Il s'agissait notamment de reprendre la main sur la politique de tarification et, pendant plusieurs saisons, Les Méditerranées ont conçu seuls leurs grilles tarifaires avec Excel, après analyse des historiques de réservation et de taux d'occupation.

Toutefois, même si la veille concurrentielle confirmait que les établissements voisins avaient des pratiques tarifaires similaires et que les résultats financiers étaient au rendez-vous, cette tâche représentait chaque année près d'1,5 mois de travail. S'ajoutait à cela une volonté d'aller encore

plus loin en matière d'innovation commerciale en mettant en œuvre du revenue management, stratégie marketing dont l'utilisation est très récente en hôtellerie de plein air.

Ainsi, en 2017, Les Méditerranées ont fait appel à RM Camping, société de conseil en revenue management pour l'HPA, pour analyser leur activité et proposer une grille tarifaire. Ces recommandations se sont avérées très semblables à leur propre réflexion pour la saison à venir. Mais, en particulier grâce à l'utilisation d'un outil de pilotage et d'optimisation, la consultante n'a mis que quelques jours à concevoir une grille tarifaire pertinente.

Cette expérience a encouragé Les Méditerranées à monter en compétence en matière de revenue management. Après avoir été accompagné ponctuellement par RM Camping pendant la saison 2018, le groupe a donc choisi de s'équiper d'une solution dédiée et de conserver la tâche de conception des grilles tarifaires en interne. Sur les conseils de RM Camping, la Direction a choisi QRUSH, outil développé par EURODECISION, expert en algorithmes et précurseur dans l'application du revenue management pour les campings.

Après une formation sur mesure, EURODECISION a accompagné Les Méditerranées dans le paramétrage de QRUSH, pour que leurs tableaux de bord soient composés des indicateurs les plus pertinents pour les utilisateurs (ex : état des ventes, taux d'occupation, REVPAR, montée en charge des réservations...). Puis, au fur et à mesure de leur montée en compétence, ils ont maîtrisé l'ensemble de fonctionnalités et leur utilisation de la solution s'est faite plus complète.

Très rapidement, QRUSH est devenu l'outil principal utilisé par la Direction des Méditerranées pour analyser en permanence l'activité et suivre les réservations de ses trois établissements en temps réel. Véritable support lors des réunions commerciale hebdomadaires, il leur permet de détecter les tendances (ex. early booking VS réservations de dernière minute) et constitue un réel outil pour les décisions marketing (ex. ajustement de tarif, lancement de campagne promotionnelle pour un produit...) et la maximisation du revenu de ses hébergements.

QRUSH a également permis un gain de temps considérable : la conception de la grille tarifaire de référence ne leur prend désormais qu'une semaine. Cela a aussi incité le Direction à passer à la tarification dynamique en 2020. A titre d'exemple, alors que les tarifs étaient précédemment figés pour toute une saison, ils ont été modifiés 5 fois au cours de la saison 2021, contribuant ainsi à une hausse de plus de 10 points du chiffre d'affaires, à périmètre constant, entre 2019 et 2021*.

Ces résultats particulièrement positifs ont conforté Les Méditerranées dans leur stratégie commerciale et, la satisfaction des utilisateurs les a convaincus de renouveler le contrat de licence QRUSH jusqu'en 2024, ce qui leur permettra de bénéficier des évolutions sur lesquelles travaillent actuellement les experts d'EURODECISION.

** La saison 2020 ayant été très chahutée par le contexte sanitaire lié à la crise du Covid-19, elle est ne sert pas ici d'année de référence.*



Crédits photos : @isabelle.fabre - @mademoiselle_voyage