

Quand les courtiers font du **Revenue Management**

Rattaché au service marketing, le Revenue Manager a une position centrale dans la mise en place de la stratégie globale de l'entreprise. Démonstration avec l'exemple de la location de voitures.



i L'avis du professeur



**CÉLINE VADAM,
FORMATRICE, ESCAET**

L'image de la location de voitures, notamment dans l'idée des étudiants en tourisme, n'est pas toujours très

fun! Et pourtant! C'est un secteur très intéressant avec beaucoup d'opportunités, où les amateurs de Revenue Management peuvent se régaler. En effet, le produit location de voitures est complexe de part sa nature (différents types de véhicules, différentes options disponibles...) et sa logistique (flotte à gérer avec des lieux de prise en main pouvant différer des lieux de remise). C'est également un secteur très concurrentiel, d'autant plus aujourd'hui avec la montée en puissance de l'économie collaborative. Ce sont toutes ces spécificités qui font du secteur de la location de voitures un milieu propice à la mise en place de stratégies de Revenue Management qui auront toute leur importance dans la conquête des clients. Le cas est d'autant plus probant chez un courtier, qui devra à la fois mettre en avant ses partenaires mais aussi savoir tirer son épingle du jeu en grappillant sur ses commissions tout en conservant des marges suffisantes à son fonctionnement.

On parle beaucoup de Revenue Management chez les producteurs primaires, compagnies aériennes et hôtels en tête, mais on parle beaucoup moins du rôle et de la place du Revenue Management chez un courtier, intermédiaire entre les producteurs et les distributeurs, dont la marge de manœuvre sur les prix et les produits/prestations vendus est moins importante. En effet, alors que les producteurs peuvent jouer à la fois sur des leviers quantitatifs (prix, promotions, stocks alloués aux différents canaux de distribution, segmentation de la demande) et qualitatifs (services additionnels, packages, niveau de prestation, qualification de la demande), afin de vendre « le bon produit, au bon prix, au bon client, au bon moment sur le bon canal », les courtiers sont tributaires de la stratégie de Revenue Management déjà mise en place en amont par les transporteurs et hébergeurs. Il en résulte une flexibilité plus restreinte mais néanmoins présente, qui sera davantage stimulée par le levier prix.

Au cœur de la stratégie globale de l'entreprise

Rattaché au service marketing, le Revenue Manager a une position centrale dans la mise en place de la stratégie globale de son entreprise, notamment de part ses interconnexions avec tous les départements, du Front Office (réservations, service client) au Back et Middle Office (marketing, commercial, distribution, achats, comptabilité). En effet, le Revenue Manager se doit d'être en contact avec tous les services afin de les aider à maximiser les ventes et à répondre au mieux aux attentes qualité/prix

i L'avis d'un ancien élève**LAURE BEDU,**
RESPONSABLE REVENUE MANAGEMENT
GROUP, AUTOESCAPE*Ancienne étudiante à l'ESCAET, j'ai toujours aimé tout ce qui tourne autour des chiffres : analyse, prévisions, optimisation, pricing... J'ai d'abord exercé des fonctions d'analyste dans l'hôtellerie**avant de me lancer dans la location de voitures en rejoignant AutoEscape en 2010. C'est un secteur que j'avais découvert pendant mes études et au sein duquel je m'épanouis notamment dans mes fonctions de Revenue Manager, grâce à la variété de mes missions. La location de voitures est un secteur un peu laissé de côté dans l'industrie du voyage et il y a beaucoup de choses à faire et à mettre en place en terme de Revenue Management, comme trouver de nouvelles pistes pour générer des revenus additionnels.*

des clients. Pour être Revenue Manager, il faut aimer les chiffres, les regarder évoluer, les analyser, mais aussi les manipuler pour élaborer différents scénarios qui détermineront les actions que l'entreprise pourra ou non mettre en place. Véritable « monsieur météo de l'entreprise », le Revenue Manager a pour mission de prévoir les fluctuations des différents segments de demande sur les différents canaux de distribution et les stratégies de *pricing* associées, de les suivre au jour le jour et de les adapter en fonction du marché, et de les anticiper pour pouvoir réagir en conséquence et permettre à l'entreprise de réajuster sa politique tarifaire pour coller toujours au plus près des besoins des clients. Concrètement, suite à une diminution importante de la demande, le Revenue Manager pourra travailler en relation avec les services marketing et communication pour mettre en place des actions afin de stimuler la demande, tout en conservant une marge suffisante pour absorber les coûts de fonctionnement de l'entreprise.

Les atouts pour réussir**#1 L'EXPERTISE SECTEUR***Maîtrise des spécificités de l'industrie du tourisme en général et de la location de voitures en particulier, maîtrise des techniques d'études de marché, veille continue sur le marché.***#2 L'EXPERTISE TECHNIQUE***Maîtrise des logiciels de Revenue Management, outils de bureautique Excel, Word et PowerPoint, connaissances informatiques et statistiques avancées.***#3 LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES***Aisance avec les chiffres, esprit de synthèse et d'analyse.***#4 LES QUALITÉS PERSONNELLES***Réactivité, esprit d'anticipation, bon contact relationnel en interne et externe, force de persuasion.***→ L'essentiel de cette formation...**

Cursus : Bac + 5, soit après un Master spécialisé type MBA Spécialisé International Travel Management à l'ESCAET, soit après un Master Business Analyst.

Salaires : Autour de 25 000€ brut annuel à l'embauche pour un analyste. Il évolue ensuite en fonction des prises de responsabilités dans l'élaboration de la stratégie Revenue Management.

Opportunités : D'analyste, où l'on est surtout chargé de faire des études de marché et des tableaux et analyses de chiffres, le métier évolue vers des fonctions plus stratégiques.

à consulter

Retrouvez toutes les informations sur la formation sur :
www.escaet.fr

