



Gestion de sa donnée lors d'une migration de channel manager : ne perdez pas votre historique !

Bonjour, je suis Claire, responsable Data chez J'affiche Complet. Aujourd'hui, nous abordons un sujet d'une actualité brûlante : la gestion de vos données historiques lorsque vous décidez de changer de channel manager.

Changer de channel est une étape normale dans la vie d'une activité de location saisonnière : évolution du nombre de biens, composition du patrimoine qui change, besoin de nouveaux outils ou fonctionnalités.

Mais attention, ce changement ne doit pas se faire au détriment de votre mémoire d'entreprise.

Section 1 : Les priorités habituelles lors d'une migration

Lorsqu'on change de channel manager, notre attention est souvent accaparée par ^{les} urgences opérationnelles et "business". Nous dépensons une énergie considérable pour :

- S'assurer que les messages automatiques partent bien.
- Vérifier que les prix et tarifs migrent correctement.
- Éviter les doubles réservations (c'est souvent la hantise principale).
- Mettre en place les nouvelles fonctionnalités du PMS.

LE PROBLÈME : On néglige la donnée !

On pense souvent à tort que les données vont "remonter" automatiquement. On se dit qu'en se connectant au nouveau channel, les réservations seront là, comme par magie. On accepte parfois que les réservations directes ne remontent pas, mais pour le reste (Airbnb, Booking), on prend pour acquis que tout ira bien. **CE N'EST PAS LE CAS.**

Section 2 : La réalité de la remontée de données selon les plateformes

Le cas Airbnb

La remontée de données est POSSIBLE, mais elle n'est pas garantie pour tous les channels. Certains outils disposent de la connectivité nécessaire pour faire remonter l'historique, parfois sans limite de temps.

MAIS attention : La donnée est rarement complète. Par exemple, les noms des voyageurs ne remontent souvent pas, ce qui peut être impactant selon votre mode de gestion.

Le constat est plus sévère. À ma connaissance et à ce jour, **AUCUN channel** ne permet la remontée automatique de l'historique des ventes Booking. C'est un point majeur souvent découvert trop tard par les acteurs qui migrent.

Section 3 : Pourquoi perdre sa donnée est GRAVE ?

👉 *"C'est comme piloter un bateau sans avoir une vision de la direction qu'on veut prendre, du parcours réalisé et de ce vers quoi on veut aller."*

Perdre ses données historiques, ce n'est pas juste "dommage", c'est perdre toute capacité d'analyse et de pilotage. Sans historique, vous perdez :

- La vision de votre performance passée.
- Votre "réalisé" (chiffres d'affaires actés).
- Une mine d'informations pour analyser les tendances.
- La capacité de vous projeter et de construire des budgets prévisionnels fiables.

Section 4 : Les 3 solutions pour préserver ses données

⚠ **SOLUTION À ÉCARTER : "Tant pis pour la donnée"**

C'est une très mauvaise stratégie, malheureusement parfois retenue par défaut ou par lassitude. D'un point de vue Revenue Management, c'est catastrophique. C'est une option à écarter absolument.

✅ **SOLUTION 1 : Migrer la donnée dans le nouveau channel**

Beaucoup de channel managers proposent cette option lors de l'onboarding (mise en place initiale). Ils proposent d'injecter vos anciennes réservations dans leur système.

ALERTE sur la qualité de la donnée : Cette migration comporte souvent des **biais** importants dont il faut avoir conscience :

- **1. Perte de la DATE DE RÉSERVATION :**

Si vous perdez cette info, vous ne savez plus *quand* la réservation a été prise. Vous perdez l'analyse du délai de réservation (lead time), crucial pour vos stratégies futures.

- **2. Perte de la PLATEFORME d'origine :**

Vous ne savez plus si la réservation venait de Booking, Airbnb ou en direct. Impossible alors de faire une analyse fine de vos canaux de vente par saison.

✓ SOLUTION 2 : Externaliser sa donnée (RECOMMANDÉE)

Cette solution consiste à ne plus dépendre de votre channel manager pour le stockage de vos données historiques. Le channel fournit la donnée au jour le jour, mais vous la centralisez et la stockez ailleurs.

- **Avantage** : Indépendance totale. Si vous changez de channel demain, aucun impact.
- **Qualité** : Aucun biais dans la donnée, vous conservez l'ensemble des champs.
- **Inconvénient** : Demande un peu d'énergie initiale pour la mise en place.

Section 5 : Comment externaliser sa donnée selon la taille de son activité ?

Pour un petit patrimoine (quelques biens)

Une solution simple et proportionnée suffit : l'**export Excel**. Exportez vos réservations et faites votre suivi dans un fichier Excel structuré. C'est tout à fait envisageable et efficace à cette échelle.

Pour un patrimoine conséquent

Il est préférable de se tourner vers des outils plus sophistiqués : stockage dans des bases de données dédiées, utilisation d'outils d'analyse (Business Intelligence), ou délégation de cette gestion à un prestataire externe spécialisé. Cela permet d'avoir des dashboards de pilotage avancés.

Conclusion

La donnée est un pilier fondamental du Revenue Management. Ne la négligez pas lors d'une migration technique. Anticipez, posez les bonnes questions et choisissez consciemment votre stratégie de préservation. L'externalisation reste la voie royale pour garantir la sécurité et la pérennité de votre historique.

**J'AFFICHE
COMPLÉT**