



Les nouveautés de Booking pour optimiser vos promotions

Aujourd'hui, nous allons aborder un sujet crucial pour votre rentabilité : les nouveautés de [Booking.com](#).

Ce sont des fonctionnalités qui ont été peu communiquées par la plateforme elle-même, ce qui est dommage, car nous, en tant que Revenue Managers chez [J'affiche Complet](#), nous avons été ravis de les mettre en place dès leur sortie.

Voici un tour d'horizon pour vous aider à mieux piloter vos tarifs.

1. La grande nouveauté : Promotions de durée de séjour flexible

Le problème historique

Jusqu'à récemment, il était impossible d'être en **parité tarifaire avec Airbnb** sur les promotions "longue durée".

Sur Airbnb, vous pouviez faire des promos à la semaine. Sur Booking.com, le plan tarifaire "longue durée" imposait un **minimum de 30 nuits**. Il y avait donc un vide frustrant pour les séjours intermédiaires (entre 7 et 30 nuits).

C'est désormais révolu. Booking.com permet maintenant de configurer des promotions pour des durées allant de 7 à 30 nuits.

C'est une excellente nouvelle pour le revenue management car cela permet enfin d'aligner vos stratégies entre les différentes plateformes.

Comment faire ?

- Allez dans l'onglet [Offre standard](#).
- Cliquez sur [Modifier](#).
- Réglez la [Durée de séjour](#) (vous pouvez désormais monter jusqu'à 30 nuits).
- Vous pouvez également exclure certains jours (par exemple, ne pas appliquer la promo si le séjour inclut un vendredi ou samedi).

2. Les promotions par créneaux horaires

Voici une fonctionnalité exclusive à Booking.com qui n'existe pas sur Airbnb : la possibilité d'accorder une promotion sur une **plage horaire dédiée** (l'heure à laquelle le client effectue sa réservation).

👉 C'est un outil puissant pour stimuler la demande à des moments précis.

Deux stratégies s'offrent à vous :

- **Cibler les pics de trafic** : Si vous savez que vous avez beaucoup de réservations le soir entre 22h et minuit, vous pouvez accorder une promotion uniquement sur ce créneau pour maximiser la conversion.
- **Stimuler les heures creuses** : Inversement, vous pouvez proposer des promos sur des créneaux moins actifs (par exemple 7h à 20h) pour inciter à la réservation quand la concurrence est moins agressive.

3. Gérer les programmes annuels (Tarifs mobiles, Géociblés, Genius)

Les programmes comme les **tarifs mobiles**, les **tarifs géociblés** ou **Genius** sont conçus pour s'appliquer à l'année. On ne peut pas simplement dire "je l'active du 1er janvier au 30 mars".

Cependant, il existe une astuce indispensable : la fonction "**Dates exclues**".

L'astuce pour la saisonnalité

Si vous souhaitez utiliser ces programmes uniquement pour booster votre **basse saison** :

- Activez le programme.
- Allez dans "Dates exclues" > "Modifier"
- Fermez la vente pour toute votre haute saison (ex: avril, mai, juin, juillet, août, septembre, octobre).

Ainsi, le tarif spécial ne sera actif que pour les mois restants (novembre à mars).

Pour le programme **Genius**, la manipulation est légèrement différente.

Il faut aller dans "Programme partenaire Genius" puis "Suspendre vos réductions".

Attention, il existe des limitations (souvent autour de 30 nuits minimum d'activité du programme, ou des quotas de jours de suspension).

4. Le simulateur de réduction maximum

C'est une nouveauté disponible depuis près d'un an, mais qui reste trop peu utilisée. Elle est pourtant essentielle pour éviter de vendre à perte par accumulation de promos.

Comment l'utiliser :

- Allez dans l'outil "Simuler la réduction maximum".
- Entrez votre **prix de base** (celui de votre Channel Manager ou le prix net souhaité).
- Sélectionnez les promotions que vous envisagez (Genius, Offre Standard, Réservation anticipée...).

Le simulateur va calculer instantanément le **prix final** et le pourcentage de réduction cumulée. Il vous indique également qui est éligible.

Point de vigilance : Le simulateur vous rappellera par exemple que l'offre standard et l'offre de réservation anticipée ne se cumulent pas, ce qui est crucial pour vos calculs de marge.

Si le résultat vous convient, vous pouvez même valider et créer les promotions directement depuis cette interface.

Conclusion

Ces nouvelles fonctionnalités offrent une **ergonomie bien supérieure** et surtout une flexibilité qui manquait cruellement par rapport à Airbnb.

Que ce soit pour la parité tarifaire sur les longs séjours ou pour la maîtrise fine de vos cumuls de réductions, ces outils sont des leviers puissants pour optimiser votre revenue management sur Booking.com.

**J'AFFICHE
COMPLÉT**