J'AFFICHE COMPL€T

51 ERREURS QUI COÛTENT CHER

Location courte durée • Guide d’audit

J'AFFICHE COMPL€T

Prix trop élevé pour la demande du jour

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Vous perdez du temps pour mieux remplir

ACTION À METTRE EN PLACE

Repositionner les dates surévaluées à partir de la demande et du marché.

J'AFFICHE COMPL€T

Prix identique toute l’année

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Un prix fixe ignore les saisons, les jours de semaine et les variations de demande.

ACTION À METTRE EN PLACE

Différencier les tarifs par date, saison et contexte local.

J'AFFICHE COMPL€T

Aucune stratégie à l’approche de la date

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Les nuits non vendues expirent ; une stratégie figée peut laisser du revenu sur la table.

ACTION À METTRE EN PLACE

Suivre le rythme des réservations et ajuster.

J'AFFICHE COMPL€T

Durée minimale trop restrictive

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un minimum de quatre nuits exclut toutes les recherches de deux ou trois nuits.

ACTION À METTRE EN PLACE

Adapter les minimums selon la saison et le délai de réservation.

J'AFFICHE COMPL€T

Trous de calendrier invendables

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Les règles de séjour peuvent laisser une nuit isolée impossible à réserver.

ACTION À METTRE EN PLACE

Créer des exceptions pour les nuits orphelines.

J'AFFICHE COMPL€T

Événements locaux ignorés

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un concert, un salon ou une compétition modifie fortement la demande à certaines dates.

ACTION À METTRE EN PLACE

Construire un calendrier d'événements et ajuster les prix en amont.

J'AFFICHE COMPL€T

Baisser les prix dès que le calendrier est vide

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un calendrier vide à J-90 ne prouve pas que le prix est mauvais.

ACTION À METTRE EN PLACE

Comparer le pickup au rythme habituel du marché avant de réagir.

J'AFFICHE COMPL€T

Maximiser l’occupation plutôt que le revenu

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Remplir plus de nuits peut générer moins de chiffre d’affaires.

ACTION À METTRE EN PLACE

Piloter revenu, ADR, RevPAR et marge, pas uniquement l’occupation.

J'AFFICHE COMPL€T

Photo principale peu attractive

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

La première image influence l'envie de consulter l'annonce.

ACTION À METTRE EN PLACE

Tester une photo claire montrant le meilleur atout du bien.

J'AFFICHE COMPL€T

Photos sombres ou peu professionnelles

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Des visuels faibles réduisent la perception de qualité.

ACTION À METTRE EN PLACE

Refaire les photos avec lumière, cadrage et cohérence.

J'AFFICHE COMPL€T

Photos qui ne racontent pas le logement

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Le voyageur peine à comprendre les pièces, la circulation et les couchages.

ACTION À METTRE EN PLACE

Organiser les images par pièce et montrer les espaces clés.

J'AFFICHE COMPL€T

Promettre plus que ce que le logement offre

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un décalage entre annonce et réalité peut entraîner de mauvais avis.

ACTION À METTRE EN PLACE

Décrire précisément le logement, y compris ses limites.

J'AFFICHE COMPL€T

Cacher le meilleur atout du logement

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Vue, terrasse ou parking peuvent rester invisibles dans les premiers visuels.

ACTION À METTRE EN PLACE

Mettre l'avantage différenciant en évidence dès le début.

J'AFFICHE COMPL€T

Frais annexes qui font exploser le prix total

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un tarif à la nuit attractif peut devenir non compétitif une fois les frais ajoutés.

ACTION À METTRE EN PLACE

Comparer le prix final payé par le voyageur.

J'AFFICHE COMPL€T

Annulation trop rigide pour la demande

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Des conditions très strictes peuvent dissuader certains voyageurs.

ACTION À METTRE EN PLACE

Tester des conditions plus flexibles sur les périodes creuses.

J'AFFICHE COMPL€T

Rapport qualité-prix mal positionné

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Le client compare l'expérience totale au montant qu'il paie.

ACTION À METTRE EN PLACE

Améliorer la proposition de valeur ou repositionner le tarif.

J'AFFICHE COMPL€T

Calendrier ouvert trop peu de temps à l’avance

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Les voyageurs anticipant leur séjour ne voient pas les dates fermées.

ACTION À METTRE EN PLACE

Ouvrir les dates selon la fenêtre de réservation du marché.

J'AFFICHE COMPL€T

Trop de dates bloquées

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une date indisponible n'apparaît pas dans les recherches correspondantes.

ACTION À METTRE EN PLACE

Auditer les blocages et synchronisations du calendrier.

J'AFFICHE COMPL€T

Accumuler les restrictions de séjour

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Les contraintes d’arrivée, de départ et de durée réduisent le marché accessible.

ACTION À METTRE EN PLACE

Simplifier les règles sans dégrader l’exploitation.

J'AFFICHE COMPL€T

Délai de préavis trop long

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Refuser les réservations proches peut faire perdre de la demande de dernière minute.

ACTION À METTRE EN PLACE

Réduire le préavis lorsque l'organisation le permet.

J'AFFICHE COMPL€T

Refuser trop de demandes

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Des refus fréquents peuvent nuire à l'expérience et à la performance commerciale.

ACTION À METTRE EN PLACE

Clarifier les critères et fiabiliser les disponibilités.

J'AFFICHE COMPL€T

Répondre trop lentement

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une réponse tardive peut faire perdre un client déjà prêt à réserver.

ACTION À METTRE EN PLACE

Mettre en place notifications et réponses rapides.

J'AFFICHE COMPL€T

Ne pas évaluer la réservation instantanée

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Des étapes supplémentaires peuvent freiner certaines réservations.

ACTION À METTRE EN PLACE

Tester la réservation instantanée si le modèle opérationnel le permet.

J'AFFICHE COMPL€T

Laisser s’accumuler les mauvaises notes

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Les évaluations influencent confiance, conversion et visibilité.

ACTION À METTRE EN PLACE

Identifier les causes récurrentes et corriger en priorité.

J'AFFICHE COMPL€T

Annuler des réservations côté hôte

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une annulation perturbe le voyageur et peut entraîner des conséquences sur le compte.

ACTION À METTRE EN PLACE

Sécuriser les calendriers, tarifs et processus.

J'AFFICHE COMPL€T

Multiplier les incidents non résolus

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Les problèmes récurrents dégradent les avis et la confiance.

ACTION À METTRE EN PLACE

Suivre les incidents et traiter les causes racines.

J'AFFICHE COMPL€T

Ignorer les signaux de popularité

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une annonce peu consultée ou peu réservée peut moins bien performer.

ACTION À METTRE EN PLACE

Améliorer visuels, prix, disponibilité et conversion.

Propreté insuffisante

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

La propreté est un critère d’évaluation explicite et un motif de réclamation.

ACTION À METTRE EN PLACE

Standardiser ménage, inspection et contrôle qualité.

Literie peu confortable

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Le confort du sommeil pèse sur la satisfaction et les commentaires.

ACTION À METTRE EN PLACE

Auditer matelas, oreillers, linge et occultation.

Wi-Fi insuffisant

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Une connexion défaillante dégrade le séjour, notamment pour le télétravail.

ACTION À METTRE EN PLACE

Tester débit, couverture et fiabilité avant chaque saison.

J'AFFICHE COMPL€T

Équipement essentiel manquant

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Parking, climatisation ou cuisine peuvent être décisifs selon le marché.

ACTION À METTRE EN PLACE

Prioriser les équipements attendus par la clientèle cible.

J'AFFICHE COMPL€T

Équipements présents mais non renseignés

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Le logement peut être exclu de recherches filtrées par équipement.

ACTION À METTRE EN PLACE

Vérifier chaque case de la fiche équipements.

J'AFFICHE COMPL€T

Arrivée compliquée

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Des instructions confuses créent du stress et des avis négatifs.

ACTION À METTRE EN PLACE

Envoyer des consignes illustrées, testées en conditions réelles.

J'AFFICHE COMPL€T

Absence d’arrivée autonome quand elle est utile

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Certains voyageurs recherchent une arrivée flexible.

ACTION À METTRE EN PLACE

Évaluer serrure connectée, boîte à clés et procédures adaptées.

J'AFFICHE COMPL€T

Communication insuffisante

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une mauvaise communication dégrade l'expérience et la note dédiée.

ACTION À METTRE EN PLACE

Automatiser l'essentiel sans supprimer l'assistance humaine.

J'AFFICHE COMPL€T

Ne jamais exploiter les avis clients

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Les mêmes défauts peuvent être signalés plusieurs fois sans correction.

ACTION À METTRE EN PLACE

Classer les avis par problème, fréquence et gravité.

J'AFFICHE COMPL€T

Titre trop générique

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un titre interchangeable ne valorise aucun bénéfice distinctif.

ACTION À METTRE EN PLACE

Faire ressortir une caractéristique concrète et recherchée.

J'AFFICHE COMPL€T

Titre surchargé de majuscules et symboles

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

L'accumulation de superlatifs nuit à la lisibilité et à la crédibilité.

ACTION À METTRE EN PLACE

Écrire un titre court, descriptif et naturel.

J'AFFICHE COMPL€T

Description pleine de formules creuses

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

« Magnifique » ou « exceptionnel » informe moins que des faits précis.

ACTION À METTRE EN PLACE

Remplacer les adjectifs par des bénéfices vérifiables.

Description trop pauvre

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Des informations manquantes laissent des objections sans réponse.

ACTION À METTRE EN PLACE

Préciser couchages, accès, équipements, quartier et contraintes.

J'AFFICHE COMPL€T

Ne pas signaler les limites du logement

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Escaliers, bruit ou petite surface peuvent créer de mauvaises surprises.

ACTION À METTRE EN PLACE

Annoncer honnêtement les contraintes importantes.

J'AFFICHE COMPL€T

Photos et informations obsolètes

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une annonce qui ne correspond plus au bien crée de la déception.

ACTION À METTRE EN PLACE

Mettre à jour photos, équipements et description après chaque changement.

J'AFFICHE COMPL€T

Même tarif en semaine et le week-end

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

La demande varie souvent selon le jour de la semaine.

ACTION À METTRE EN PLACE

Segmenter les prix par jour et par saison.

Ignorer la fenêtre de réservation

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

La stratégie à J-120 ne doit pas forcément être celle à J-3.

ACTION À METTRE EN PLACE

Analyser les délais habituels de réservation.

Aucune stratégie pour les longs séjours

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Des séjours plus longs peuvent réduire les coûts de rotation.

ACTION À METTRE EN PLACE

Tester les remises hebdomadaires et mensuelles avec calcul de marge.

Promotions mal paramétrées

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

Des réductions peuvent se substituer ou interagir de façon inattendue.

ACTION À METTRE EN PLACE

Vérifier les règles et le prix final avant publication.

J'AFFICHE COMPL€T

Copier aveuglément le prix du voisin

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Les logements diffèrent par capacité, avis, équipements et qualité.

ACTION À METTRE EN PLACE

Créer un ensemble de concurrents réellement comparables.

J'AFFICHE COMPL€T

Comparer les prix à la nuit plutôt que les prix finaux

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Frais et réductions changent la compétitivité réelle.

ACTION À METTRE EN PLACE

Comparer le coût complet pour un séjour identique.

J'AFFICHE COMPL€T

Se baser uniquement sur les prix de l’an dernier

POURQUOI C’EST UN PROBLÈME

L’offre, la demande et la concurrence évoluent d’une année à l’autre.

ACTION À METTRE EN PLACE

Croiser historique interne et données de marché actuelles.

J'AFFICHE COMPL€T

Conserver la même stratégie en basse saison

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

La faible demande nécessite parfois davantage de flexibilité.

ACTION À METTRE EN PLACE

Adapter prix, minimums de séjour, promotions et annulation.

J'AFFICHE COMPL€T

Confondre calendrier plein et performance

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un logement complet peut avoir été vendu trop bon marché.

ACTION À METTRE EN PLACE

Comparer revenu réalisé, revenu potentiel et marge nette.

NOS SERVICES

J'AFFICHE COMPL€T

Déléguer votre revenue management ou formez-vous pour piloter en autonomie

SERVICE 01 — DÉLÉGATION

Délégation du revenue management

- Nos experts pilotent prix, calendriers et distribution.
- Arbitrages par date, saison et événement local.
- Suivi de l'ADR, du RevPAR et de la marge nette.
- Reporting régulier et recommandations concrètes.

SERVICE 02 — FORMATION

Formation au revenue management

- Audit de vos pratiques et de vos annonces.
- Les fondamentaux du revenue management.
- Mise en pratique sur vos propres logements.
- Méthodes et outils pour piloter en autonomie.

+20 à +38 %

de revenus supplémentaires constatés par nos clients la première année de collaboration.

Vous souhaitez échanger sur vos enjeux de revenus ?

Réservez un rendez-vous de 30 minutes avec un expert.

Prendre rendez-vous →

J'AFFICHE COMPL€T

À VOUS DE JOUER

Auditez vos annonces, priorisez les erreurs et mesurez les résultats.