

LM Hospitality Industry - Négociations



Anne Queffelec & Mathieu
Paquerot

Les deux groupes (OTA et hôteliers) vont négocier à partir du mercredi après-midi.

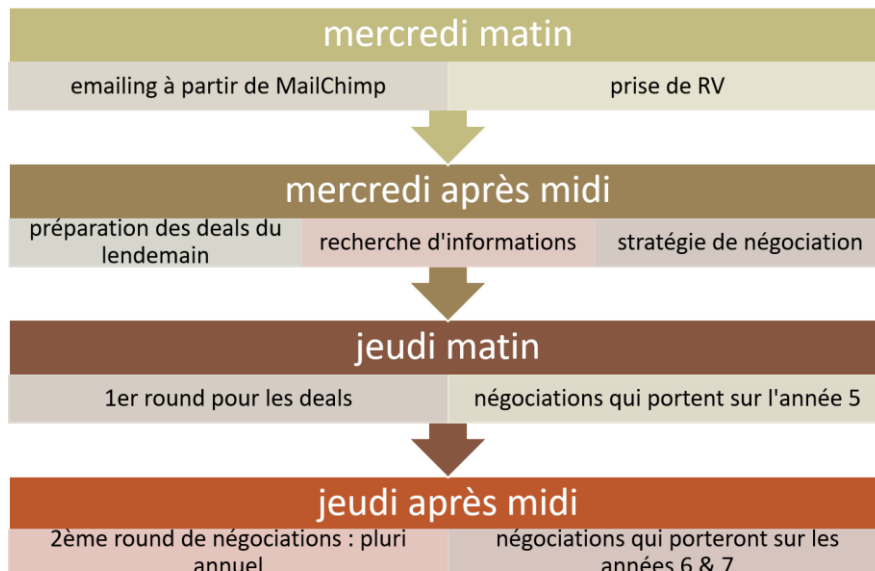
- **Pour les hôteliers** : l'objectif est de nouer des contacts avec des OTA qui distribueront vos chambres et éventuellement de signer des accords. Vous aurez à rédiger un emailing à partir de MailChimp (logiciel freeware de CRM) afin de convenir d'un RV avec vos partenaires. Les animateurs vous communiqueront l'adresse mail et le nom de votre interlocuteur pour chacun des 4 OTA.
- **Pour les OTA** : l'objectif est de rencontrer des partenaires hôteliers pour alimenter votre offre sur le produit 3. Vous aurez à rédiger un emailing à l'aide MailChimp dont l'objectif est de convenir d'un RV avec les hôtels qui vous intéressent. Les animateurs vous communiqueront le nom et le mail du leader de chacun des groupes d'hôteliers.



Vous êtes libres de rencontrer les partenaires qui vous intéressent. Aucune obligation de les rencontrer tous

C'est donc l'opportunité pour les deux parties de faire un CA supplémentaire (nouveau produit pour les OTA, nouveau canal pour les hôtels)

Le planning :



Avant la négociation, vous devez vous renseigner :

- Sur la situation financière des acteurs
- Sur leur réputation et les avis des clients



Vous aurez à chaque période une étude portant sur ces éléments.

Les négociations portent sur :

- Les prix
- Les quantités (=nombre de chambres)
- Le mode de paiement (quel % à la commande et délais de paiement accordés)
- La répartition dans l'année (combien de chambres sur chacune des 3 saisons haute, moyenne et basse)

A l'issue de chaque round de négociation, vous reporterez les prix & quantités négociés sur vos feuilles de décisions Excel respectives.

Vous devrez aussi rédiger un contrat, signé par les deux parties, recapitulant les accords de la négociation. Il vous appartient d'identifier les éléments structurants de ce contrat, qui fera foi si litige. Attention, il peut aussi être considéré comme nul si l'une des parties le dénonce en raison d'irrégularités dans sa rédaction y compris après signature.



Si vos animateurs constatent des écarts entre les groupes (exemple prix différents entre OTA et hôtel sur une même négociation), **le deal est annulé.**

➔ soyez vigilants sur les chiffres que vous transmettez.



HAVE
FUN
AND
KEEP
SMILING