

## PRODUITS & TECHNIQUES

### Hotel equipment

→ restrictions : *“l’hôtel peut décider de fermer automatiquement les prix Internet super premium au-dessus d’un certain niveau de fréquentation”*. Chez Amadeus Hospitality, la volonté est identique : *“Nous travaillons sur un outil CRS, centrale de réservation, qui comportera une application PMS qui fera en sorte que la réservation soit directement affectée dans le planning de l’hôtel et facturée au client. Il s’appellera HDP pour Hotel Distribution Platform”*, précise Christian Condomines.

Avec des solutions de plus en plus intégrées, un sujet prend aujourd’hui une importance grandissante : le channel management. A savoir la gestion optimale des canaux de distribution. La gestion des différents intermédiaires et du taux de commission implique pour l’hôtelier de faire des choix stratégiques entre ses sources de ré-

servation : GDS, centrales de commercialisation, intermédiaire Internet... Des choix réfléchis à prendre en fonction des tableaux de bord, des coûts de commercialisation et des indicateurs que fournissent les outils de yield management.

Avec le poids grandissant des acteurs de la réservation hôtelière électronique, le risque d’une trop forte concentration du CA sur seulement un ou deux canaux de vente de l’hôtel est important. La totale automatisation comporte des risques et conserver la maîtrise de sa distribution peut s’avérer stratégique. *“Tout s’automatisera à terme, mais il faut d’abord hiérarchiser les fonctions”*, renforce Jean Carel de la société Topsy, qui édite la solution Top Pilote. *“Il faut d’abord agir sur l’intelligence métier avant de passer en connectivité automatisée. On crée le corps et ensuite on ajoute les bras”*. ■