



Acquisition d'un hôtel

L'offre Coach Hôtels



Stratégie Marketing

E-Notoriété

CRM

Rénovation

Site Web

Logo

Acquisition d'un hôtel

Food & Beverage

Constat

- ✓ En 2019, près d'un hôtel indépendant sur 2 est en déficit ou à peine à l'équilibre
- ✓ Les crises du Covid-19 et économique impactent durablement l'activité hôtelière mondiale
- ✓ 6 fois sur 10, les hôtels de région n'ont pas d'agence web spécialisée dans l'hôtellerie
- ✓ 15% des clients d'Airbnb sont aussi clients d'hôtels

➤ Menaces et opportunités justifient une étude approfondie avant acquisition

Objectifs

- ✓ Valider / recommander le **prix d'acquisition**
 - ✓ Préciser un **positionnement** et une **stratégie marketing**
 - ✓ Définir un **projet de rénovation**
 - ✓ Élaborer un **business plan**
- **Sécuriser votre transaction**

La prestation livrée

Initialisation



Cadrage de mission



Audit et expertise
prix de
transaction

Études



Étude de marché



Positionnement
et stratégie
marketing à 3 ans

Élaboration du projet



Business plan



Projet de rénovation



Planning projet

- Une expertise complète de votre projet
- Une garantie pour les établissements bancaires

La prestation livrée

Détail des prestations

Questionnaire préalable

I **Entretien avec le repreneur**

Niveau d'expérience, de compétences, personnalité, en rapport avec le métier
Identification des attentes et objectifs
Recommandation d'accompagnement et première évaluation tarifaire

II **Expertise prix de transaction**

Audit du bien (expert marketing Hôtelier/architecte/expert immobilier/expert F&B)
Evaluation immobilière du bien
Méthode comparative
Méthode par le revenu
Méthode des ratios
Prise en compte d'éléments exceptionnels et spécifiques

III **Étude de marché**

Contexte socio-économique de la localité
Analyse dynamique des taux d'occupation et prix moyens localité/région
Étude locale BAR/saison
Répartition de l'offre par classification et positionnement de l'offre locale
Contexte économique national/international
SWOT

IV **Positionnement et de stratégie Marketing à 3 ans**

Classification
Client cible
Valeur, identité, promesse
Déclinaison des services : Hébergement, F&B, corporate, autres agréments
Stratégie marketing : tarifaire, distribution, communication, produit

V **Rénovation**

Pré-étude d'architecture intérieure/extérieur
Présentation des pistes, échange, enrichissement, validation d'un projet
Chiffrage du projet

VI **Business plan**

Budget prévisionnel sur 5 ans
Planning
Projet
Intégration des chapitre I à V de l'étude



www.coach-hotels.com
contact@coach-hotels.com
+33 (0)1 42 08 65 79