

STRATÉGIE DE TARIFICATION

Modèle de tarification :

Nous appliquons un modèle de tarification basé sur une commission sur les ventes avec une commission prélevée sur chaque vente réalisée sur notre site. Cette commission est calculée en pourcentage du montant total de la transaction. Elle est donc prélevée sur le prix total du pack vendu, afin d'encourager les clients à réserver des activités et visites en plus du voyage en train.

Évaluation des coûts et des marges :

Nous avons évalué le panier moyen de nos clients à 330 €, répartis entre les voyages en train et les réservations de visites/activités. Les détails sur le panier moyen, les dépenses, le nombre de ventes et les revenus générés sur les périodes N, N+1, N+2, ainsi que les bénéfices bruts et nets sont disponibles dans le plan financier.

Définition des taux de commission :

Nous mettons en avant la valeur ajoutée que nous apportons en tant que marketplace spécialisée dans le ciné-tourisme, notre capacité à dénicher les meilleures offres du ciné-tourisme et notre engagement envers l'éco-responsabilité. Sur cette base, nous avons défini un taux de commission de 12,50 % pour les accords avec les tiers.

Nous avons effectué une étude sur les taux de commission du marché qui a ressorti qu'une agence de voyage en ligne touche entre 9 et 15 % pour tout ce qui est prestations, séjours ou circuits.

Au niveau des voyages en train, certains opérateurs ferroviaires ont des politiques de tarification et de commission bien établies, ce qui peut limiter les possibilités de négociation. Dans ces cas, les taux de commission sont fixés et non négociables.

Mais dans certains cas, il y a possibilité de négocier les taux de commission, en particulier car notre agence apporte une valeur ajoutée significative. Il est aussi possible de proposer une collaboration à long terme en l'échange d'un taux de commission plus élevé.

Mise en place d'un système de suivi et de gestion :

Nous mettons en place un système de suivi et de gestion des ventes, de la facturation et du suivi des transactions, en utilisant l'outil SEMRUSH.

Suivi et ajustement :

Il faudra suivre régulièrement les résultats financiers en fonction de notre modèle de tarification.

Pour cela nous faisons appel à un comptable pour la révision des travaux de comptabilité ainsi que l'évaluation de la tarification en fonction de la situation de l'agence et des accords avec les tiers. Nous analyserons également les retours clients, les performances des ventes et les tendances du marché pour évaluer si les tarifs sont optimaux ou s'ils nécessitent des ajustements.

En mettant en œuvre cette stratégie de tarification, Notre but est de maximiser nos revenus en tirant profit de chaque vente réalisée sur le site, tout en s'adaptant aux évolutions du marché.

Possibilités d'ajout futur de modèles de tarification :

Quand l'agence aura pris en notoriété et que les demandes augmentent il sera possible d'ajouter des moyens de percevoir des revenus :

- Frais de réservation : Facturer des frais de réservation fixes pour chaque réservation effectuée sur notre site. Ces frais peuvent être perçus directement auprès des tiers ou ajoutés au montant total facturé au client.

- Abonnement : Proposer un abonnement aux tiers qui souhaitent proposer leurs services sur notre site. Ces frais peuvent être facturés mensuellement, trimestriellement ou annuellement, donnant aux tiers un accès à notre clientèle.
- Publicité ou promotions payantes : Offrir des options publicitaires ou de promotion payantes aux tiers pour mettre en avant leurs offres sur notre site. Les tiers peuvent payer un montant supplémentaire pour bénéficier d'une meilleure visibilité ou d'une promotion spéciale auprès de nos clients.