

# STRATÉGIES INNOVANTES EN TARIFICATION ET RENTABILITÉ

À une époque où la volatilité des marchés et l'uniformisation des services redéfinissent les règles du jeu en matière de tarification, Yield Tactics se positionne comme un acteur clé dans le secteur de l'hôtellerie et du transport de voyageurs. Rencontre avec Alexandre Poisson, Dirigeant associé de cette entreprise de conseil innovante proposant des solutions sur mesure pour relever les défis de rentabilité et de compétitivité.

**Informations Entreprise : Comment Yield Tactics aborde-t-elle les défis actuels de la tarification et de la rentabilité dans les secteurs de l'hôtellerie et du transport de voyageurs ?**

**Alexandre Poisson :** Notre marché fait face à des défis majeurs. Nous observons une uniformisation des services de base, tels que les billets de transport et les chambres d'hôtel, qui sont désormais perçus par les clients comme de simples commodités.

Cette situation est particulièrement palpable dans le secteur du transport, où une concurrence exacerbée et la facilité de comparaison des prix en ligne compliquent la rentabilité des entreprises.

Chez Yield Tactics, nous pensons que l'essentiel réside dans une synergie efficace entre le marketing, l'expérience client et la stratégie de prix. Il est crucial de mettre en place des modèles de tarification conçus pour attirer les clients les plus profitables, notamment ceux qui génèrent des revenus complémentaires.

Avec l'évolution rapide des méthodes de maximisation des revenus, notamment due à la dérégulation du transport de voyageurs et à une concurrence accrue dans l'hôtellerie, notre expertise, forgée dans le domaine aérien, pionnier de la dérégulation et de la concurrence, s'avère pour le moins déterminante.

Nous avons constaté que, face à une concurrence intense, souvent axée sur les prix, la rentabilité ne se limite plus à maintenir un taux de remplissage élevé avec des tarifs fixes. La tarification dynamique est devenue une nécessité

pour assurer la rentabilité.

Dans ce contexte, il est vital de vendre le bon produit, au bon consommateur, au bon moment, au bon prix, au bon endroit – et dans l'ère actuelle, 'le bon endroit' doit également englober l'espace Internet. Dans un monde où l'information sur les prix est instantanément accessible, il est impératif d'élaborer des stratégies de tarification durables, segmentées et ciblées, exécutées avec expertise. Cela nécessite une transformation organisationnelle profonde, et notre expérience démontre l'importance de s'entourer d'experts pour accompagner les équipes internes dans ces changements.

**I.E : Pouvez-vous nous en dire plus sur votre approche ?**

**Alexandre Poisson :** Nous constatons aujourd'hui deux types principaux de demandes de la part de nos clients.

Premièrement, nous sommes sollicités par des entreprises conscientes de leur retard par rapport aux standards du marché. Ces clients cherchent à améliorer leur gestion des prix et du revenu, et c'est là que nous intervenons pour les aider à atteindre un niveau compétitif dans l'industrie. D'autre part, nous travaillons avec des clients déjà avancés dans les pratiques de tarification et de gestion des revenus, qui aspirent à aller encore plus loin dans l'optimisation de leurs processus.

Notre contribution à ces problématiques se manifeste principalement sous forme de consulting stratégique. Nous offrons une gamme variée de services, allant au-delà du simple conseil. Cela inclut l'assistance à la mise en

œuvre de nos recommandations, la gestion du changement et du coaching.

Ainsi, en fonction des besoins spécifiques de chaque client, nous proposons une palette de services, principalement axée autour du conseil, pour les aider à surmonter leurs défis spécifiques et à optimiser leurs stratégies de revenus.

**I.E : Comment Yield Tactics gère-t-il la flexibilité et la personnalisation de ses services de conseil en fonction des besoins spécifiques de ses clients ?**

**Alexandre Poisson :** Nous avons adopté une structure organisationnelle légère, privilégiant une approche flexible et sur mesure. En effet, notre entreprise ne repose pas sur un grand nombre d'employés fixes, mais plutôt sur un réseau international de consultants expérimentés.

Lorsqu'un client se présente avec une problématique spécifique, notre méthode diffère de celle des cabinets de conseil classiques. Plutôt que de déployer une équipe interne standard, nous analysons la situation du client et identifions les meilleurs experts disponibles sur le marché pour répondre précisément à ses besoins. Cette approche nous permet de fournir des solutions hautement personnalisées et efficaces, en particulier pour les clients ayant des demandes uniques ou complexes.

Notre réseau s'étend au-delà des frontières françaises, nous engageons donc souvent des consultants internationaux, notamment pour les clients français confrontés à des défis globaux. La barrière de la langue peut parfois être un obstacle, en particulier pour nos clients francophones ; nous nous sommes ainsi organisés en intégrant des experts internationaux, y compris anglophones, lorsqu'il s'agit de travailler avec de grandes entreprises françaises ou sur des projets d'envergure internationale.

En résumé, Yield Tactics se distingue par sa capacité à s'adapter aux exigences spécifiques de chaque client, en s'appuyant sur un réseau diversifié et compétent de consultants indépendants, tout en restant attentif aux particularités culturelles et linguistiques de chaque projet.

**I.E : Quels sont vos projets ?**

**Alexandre Poisson :** En tant qu'entre-

prise française, nous avons l'ambition de renforcer notre présence sur le marché national. Actuellement, 80% de notre chiffre d'affaires provient de nos activités internationales, principalement avec d'importantes entreprises dans le secteur du transport de voyageurs et du tourisme.

Notre objectif est de développer la marque Yield Tactics en France en

offrant notre expertise en matière de tarification à une clientèle variée. Notre priorité actuelle est de guider des entreprises déjà aguerries en Yield Management vers une approche plus globale, celle du Total Revenue Management (TRM). Cette démarche consiste à examiner le chiffre d'affaires sous toutes ses facettes, au-delà de la simple tarification, et à chercher à l'optimiser.

Nous sommes ainsi confrontés à un défi stimulant : celui de convaincre davantage d'entreprises de l'efficacité de cette approche holistique. Notre rôle consiste à les accompagner dans cette transformation, en les aidant dans les domaines stratégiques, de transformation, de processus et de gestion des données.

Alexandre Poisson



## Bio Express

### Alexandre Poisson, Partner Consultant chez Yield Tactics

- Diplômé de l'école de commerce NEOMA Business School (ex-ESC Rouen), et titulaire de plusieurs degrés universitaires en transport et logistique, Alexandre Poisson est un expert international du revenue management et du pricing qui a travaillé aux sièges de grandes multinationales, et collabore ponctuellement avec de grands cabinets de conseil stratégique internationaux sur tous les continents.
- En 2004 il commence sa carrière chez le prestataire de transport et logistique Giraud.
- En 2006, il rejoint la compagnie aérienne AeroMexico en tant que Route Manager
- En 2009, il s'installe à Abu Dhabi au siège de la compagnie nationale des Emirats Arabes Unis, Etihad Airways, où il fait carrière en occupant plusieurs postes liés au pricing et revenue management (Pricing Europe, Pricing Global, Systèmes et Projets Revenue Management).
- En 2017, il rejoint la compagnie Air Austral sur l'île de la Réunion, dans un contexte tarifaire particulier : l'arrivée d'un concurrent low-cost long courrier sur la ligne Paris-Réunion, une surcapacité avec 5 compagnies aériennes opérant en vol direct, et la prise de participation dans Air Madagascar.
- En 2020, il intègre la division Airline Tactics à Toulouse en tant que Senior Consultant.
- En 2023, il est nommé Partner chez Yield Tactics, et dirige les opérations de conseil en pricing et revenue management pour l'Europe-Moyen-Orient-Afrique.
- Alexandre Poisson a désormais comme mission prioritaire de sensibiliser les entreprises françaises aux potentiels inexploités du Pricing, Yield et Total Revenue Management.