



HOTEL BOOKING

Projet : Qualité de données - Y. Martinet

INTRODUCTION

Une base de données qui analyse le comportement des clients permet de comprendre les facteurs qui influencent les annulations des réservations

Notre dataset contient :

- + de 100 000 observations avec 36 variables différentes
- des données importantes sur les annulations des réservations

PROBLEMATIQUE ET PLAN

PROBLEMATIQUE

Qui est le plus susceptible d'annuler une réservation et comment prédire cela pour mieux gérer les chambres disponibles et réduire les annulations de dernière minute ?

FACTEURS EXTERNES

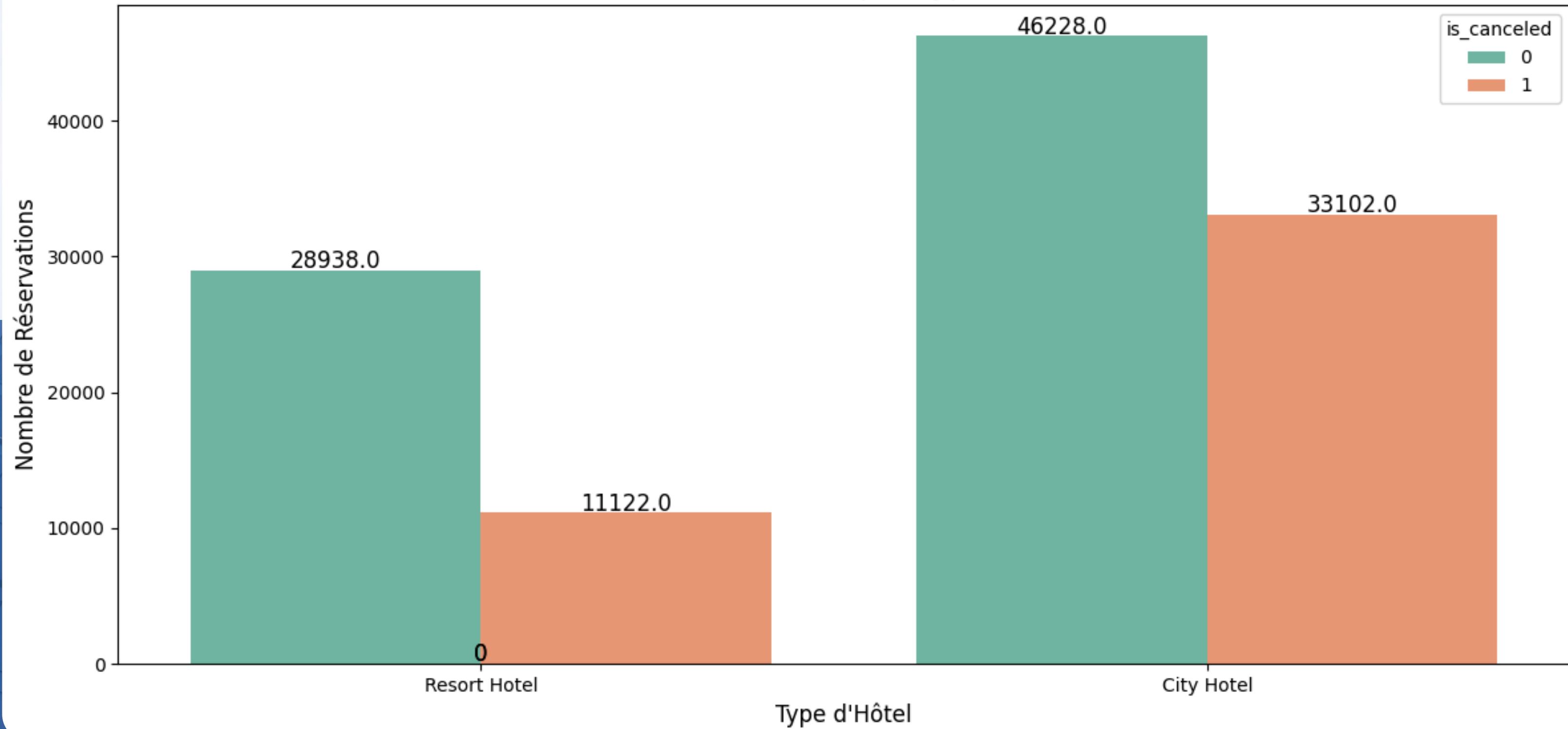
Ceux qui sont liés à l'environnement de l'hôtel, comme l'emplacement, la saison, les prix, et d'autres éléments contextuels. Ce sont des éléments extérieurs qui peuvent influencer la décision du client de maintenir ou non sa réservation.

LES CARACTÉRISTIQUES DU CLIENT

Les facteurs internes, tels que le type de réservation, l'historique des annulations, et les comportements de réservation passés des clients. Ces éléments permettent de prédire la probabilité d'annulation en fonction des habitudes des clients, et d'ajuster les stratégies de gestion de la clientèle en conséquence.

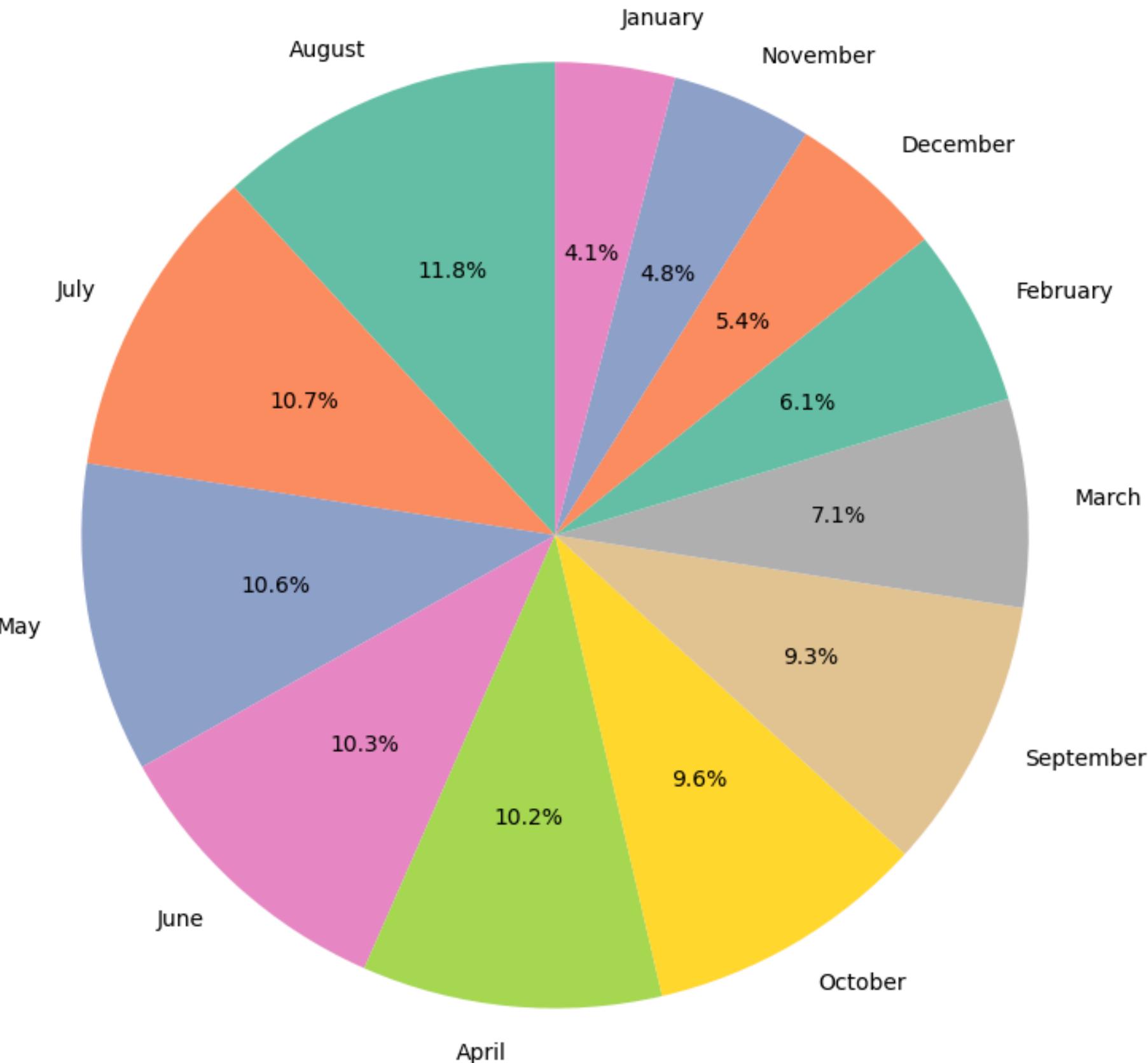
L'EMPLACEMENT DE L'HÔTEL ET SON IMPACT SUR LES ANNULATIONS

Taux d'annulation par Type d'Hôtel



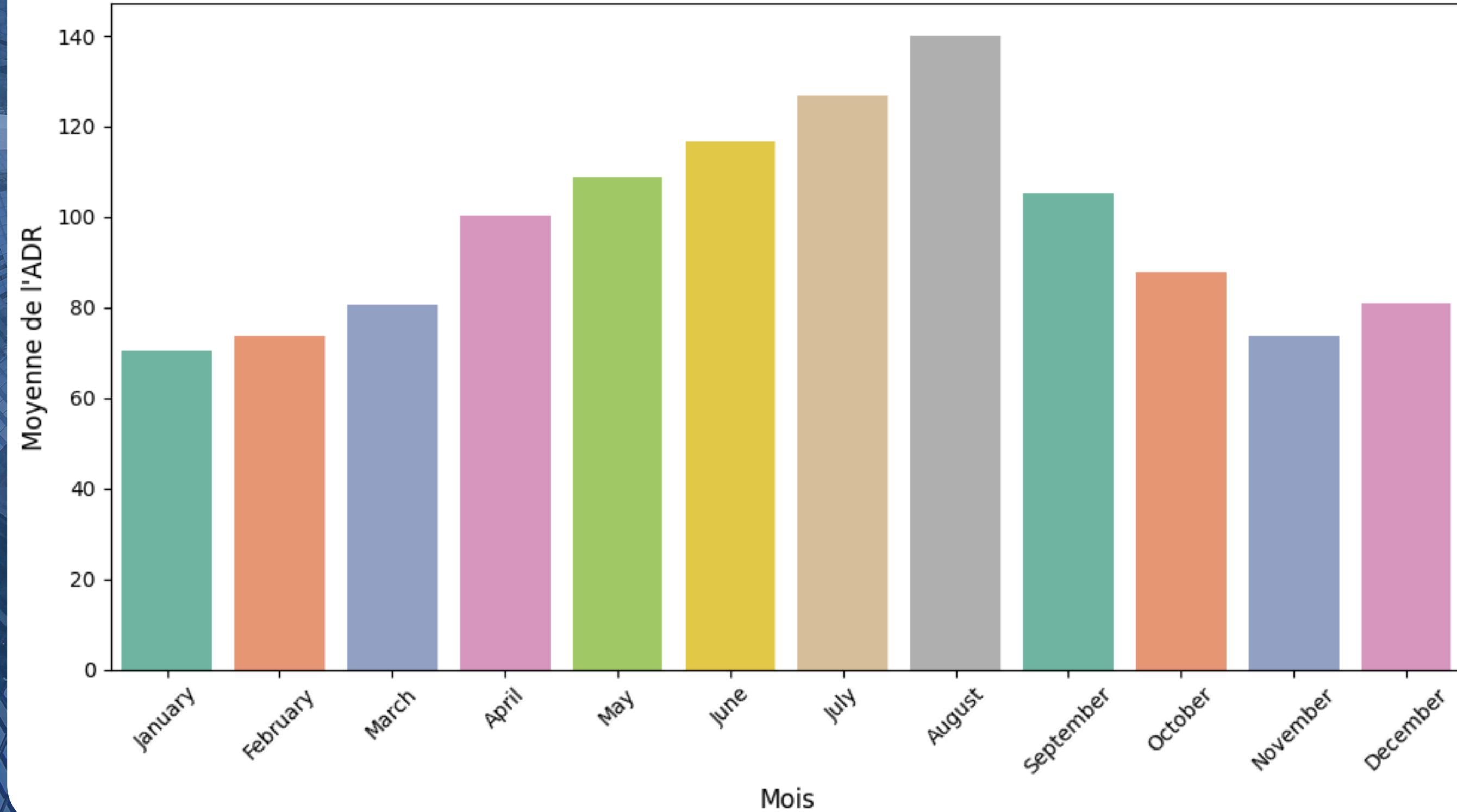
LA SAISON ET L'IMPACT SUR LES ANNULATIONS

Répartition des Annulations par Mois

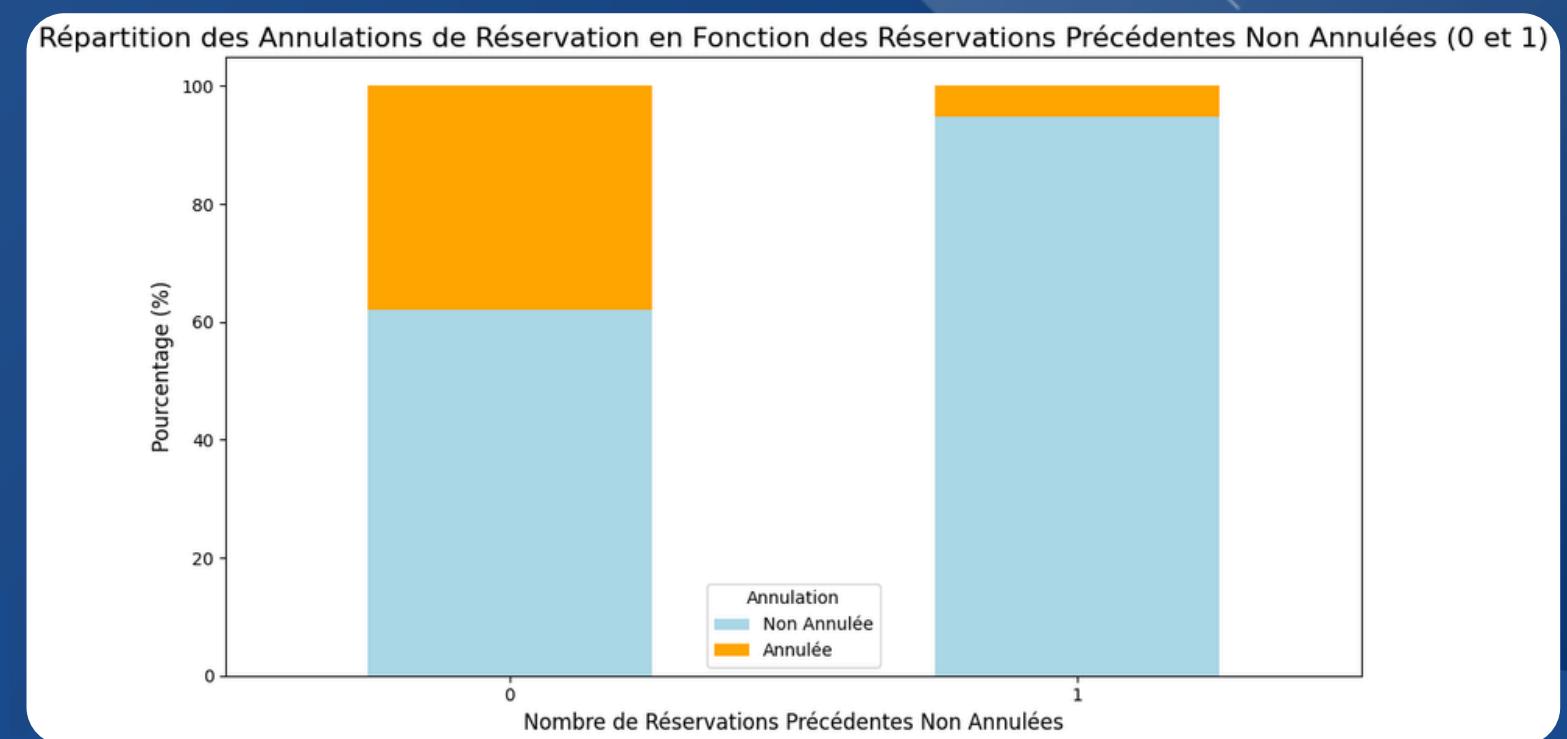
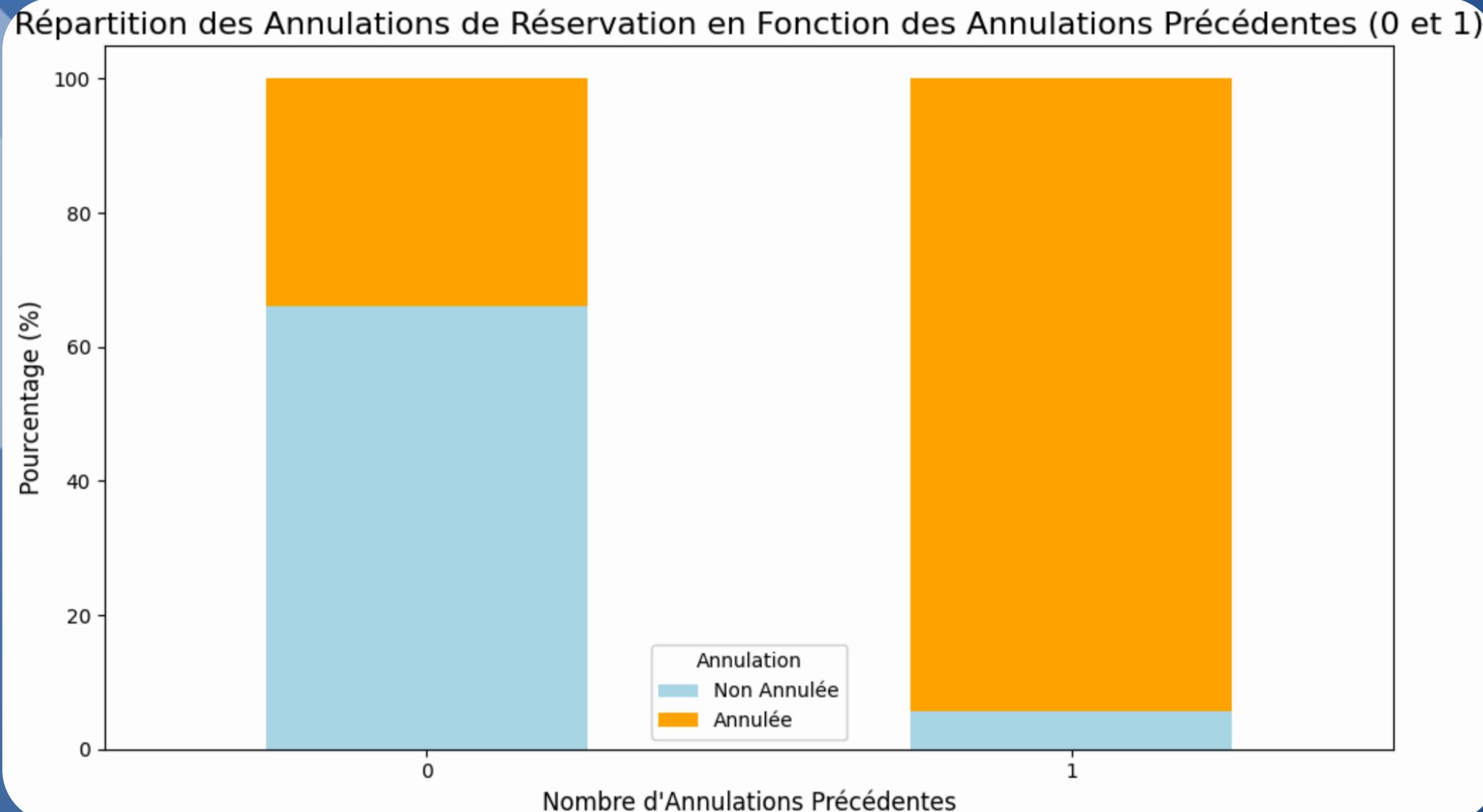


L'ADR (TARIF MOYEN PAR NUIT) ET SON IMPACT SUR LES ANNULATIONS

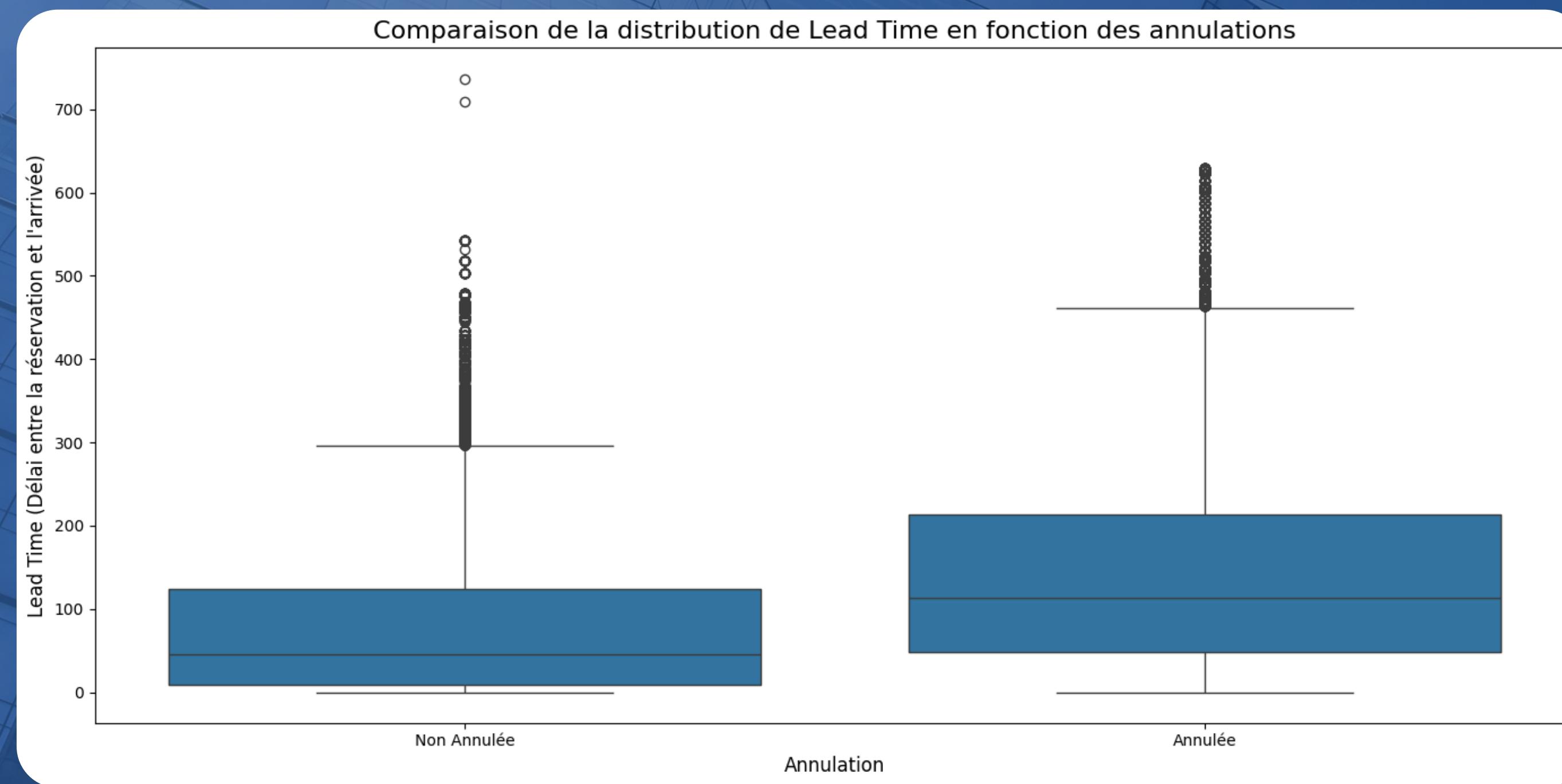
Moyenne de l'ADR par Mois



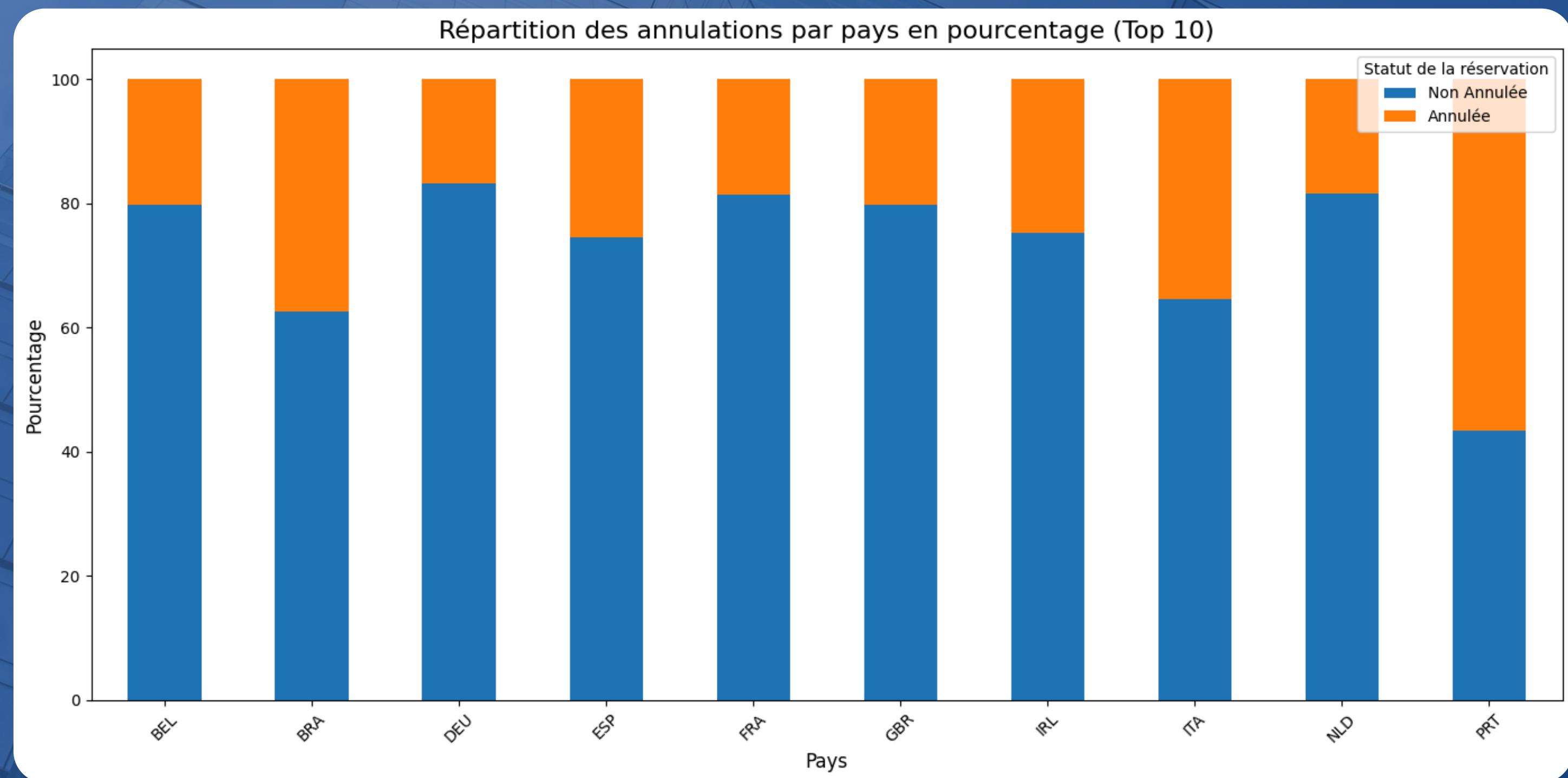
RÉPARTITION DES ANNULATIONS EN FONCTION DES ANNULATIONS PRÉCÉDENTES



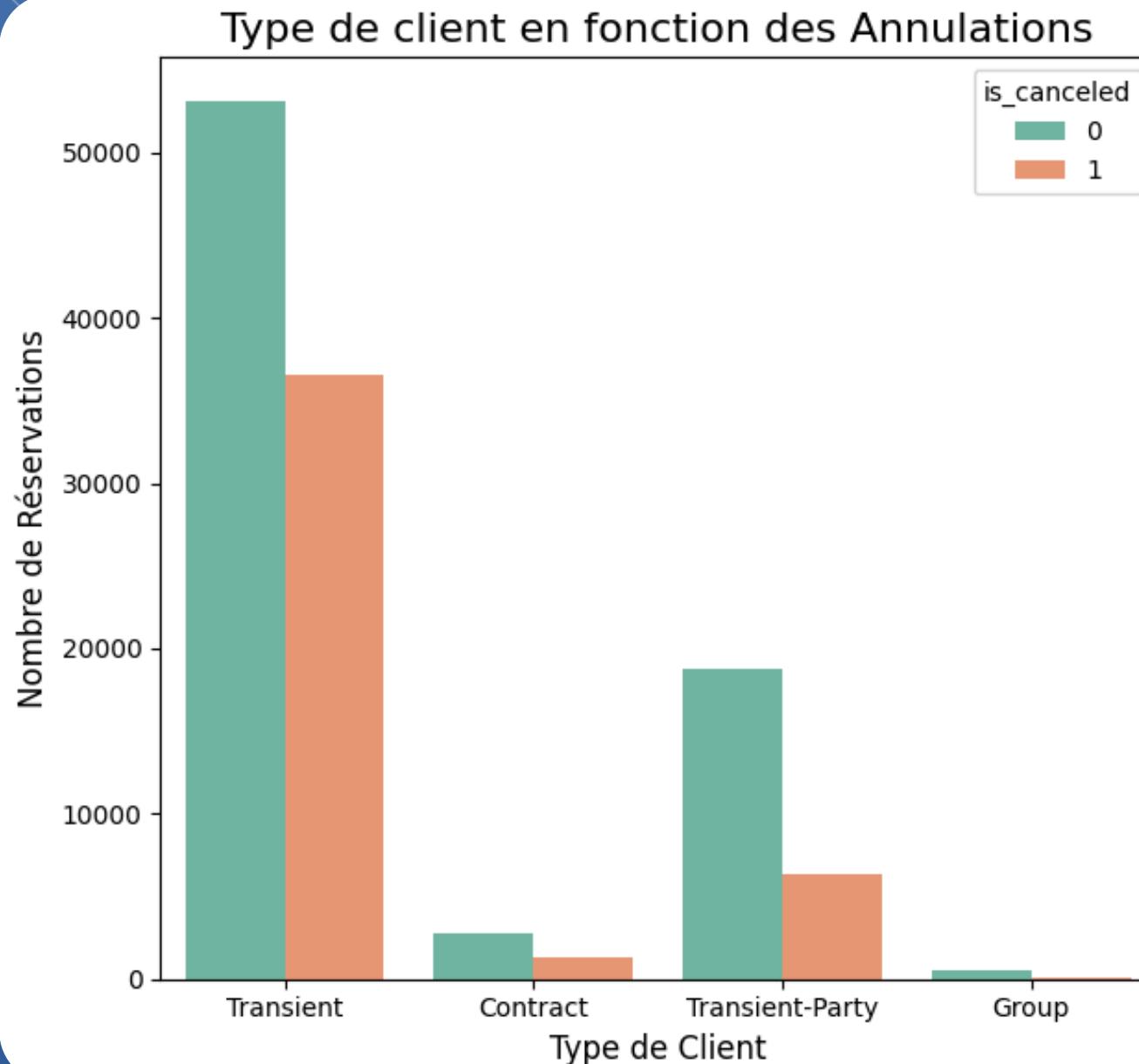
COMPARAISON DU LEAD TIME EN FONCTION DES ANNULATIONS



RÉPARTITION DES ANNULATIONS PAR PAYS

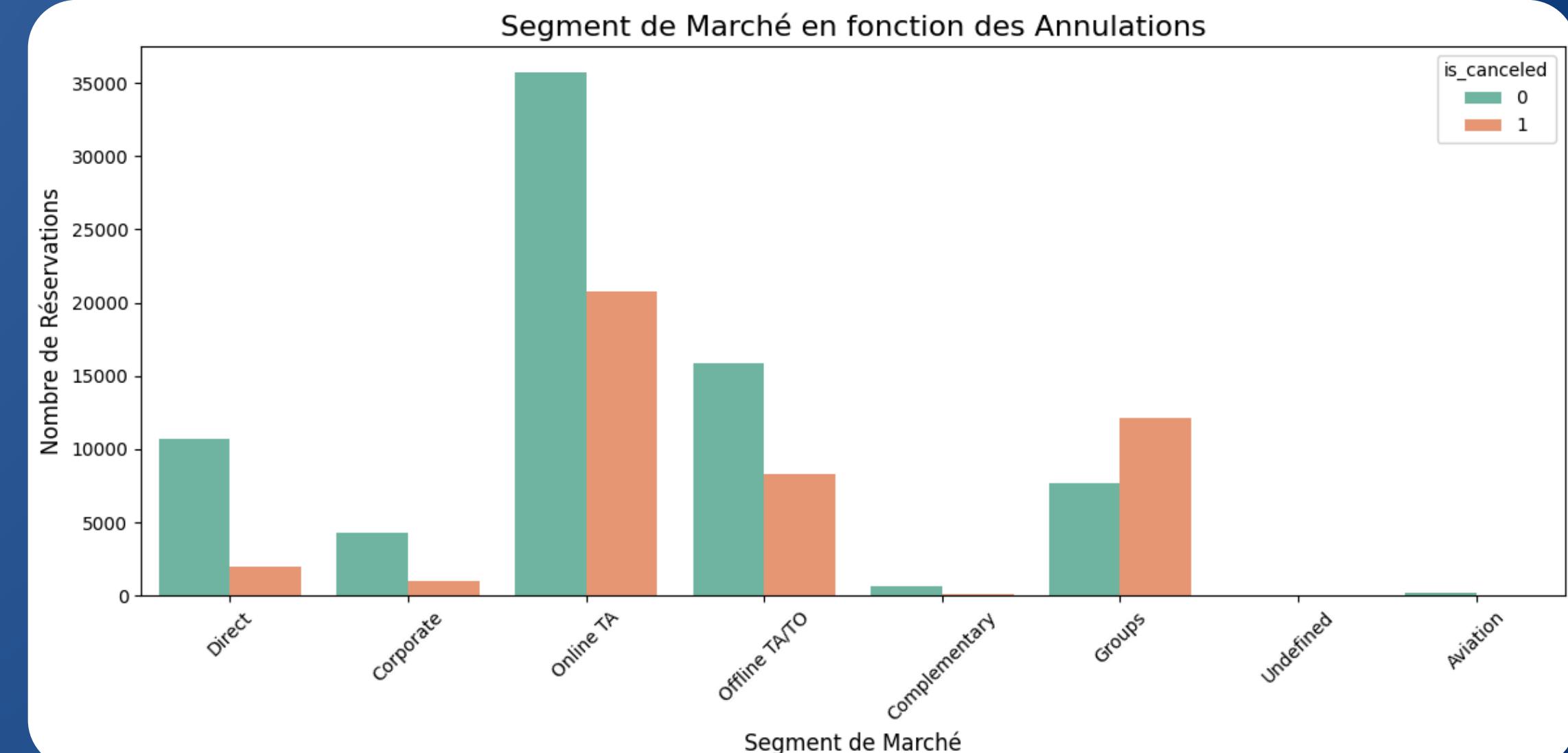


LE TYPE DE CLIENT ET LE SEGMENT DE MARCHÉ : LEUR IMPACT SUR LES ANNULATIONS



01

02

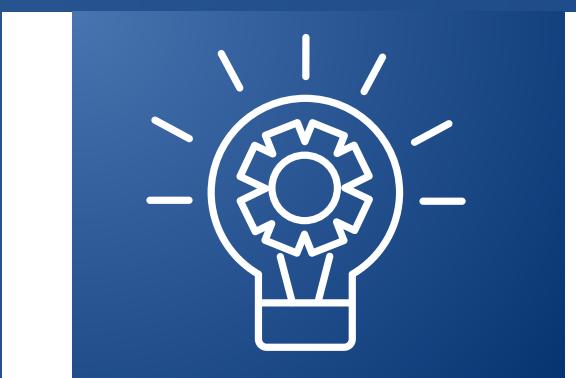




CONCLUSION



Politiques d'annulation adaptées : Tarifs non remboursables ou plus stricts en période de forte demande.



Cibler les clients à risque : Stratégies spécifiques pour les clients ayant annulé, comme des frais ou réductions, pour des réservations non-annulables. Programme de fidélité pour augmenter le taux de réservations non-annulé.



Optimiser la gestion saisonnière : Ajuster les tarifs selon la saison et proposer des offres en basse saison.



MERCI!