

1- KPI Overview:

Hotel

month\_year

Total Revenue

704,5 k

REVPAR

135,91

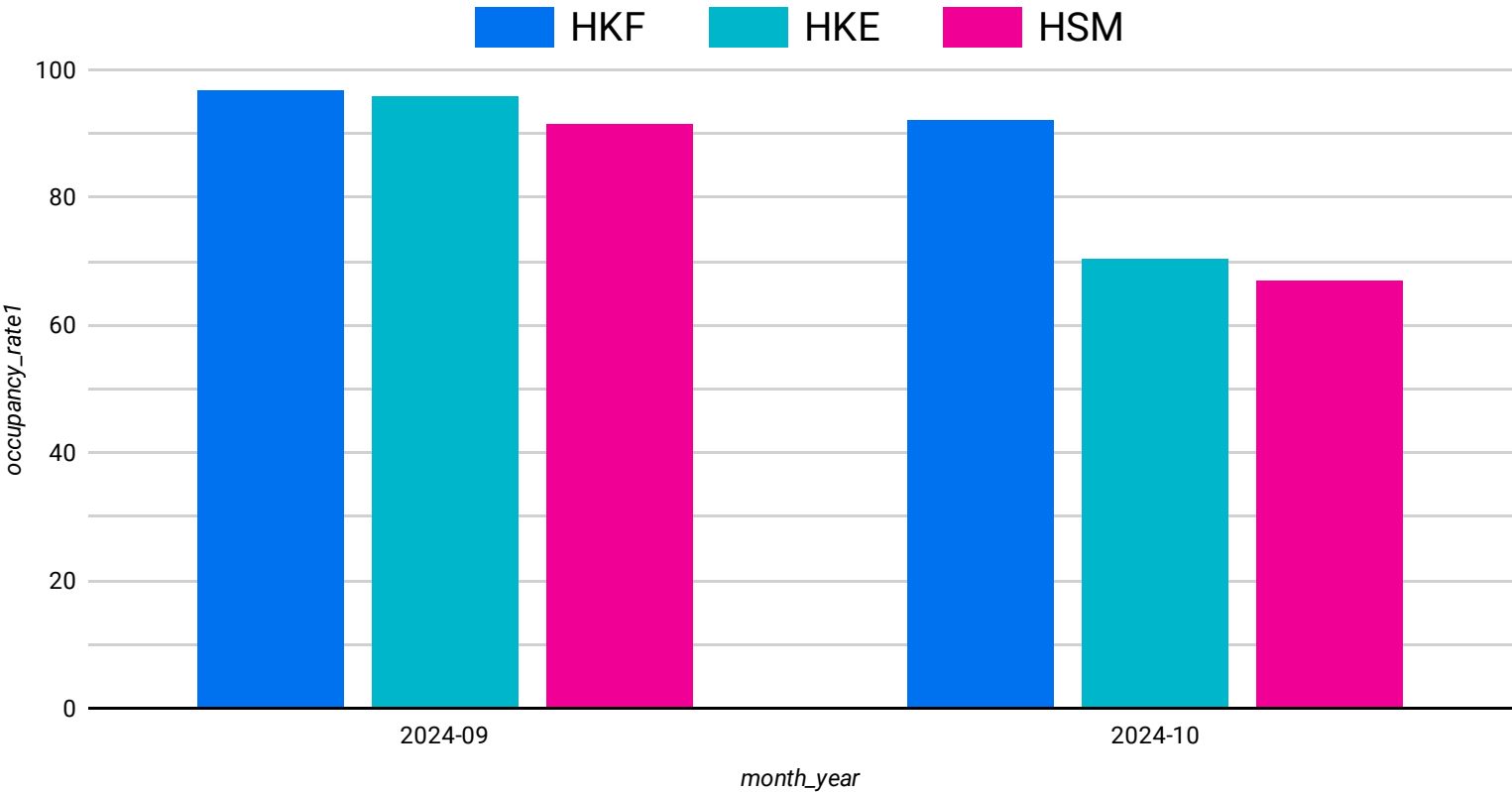
ADR

159,09

Occupancy rate en %

85,8

Taux d'occupation par hôtel et mois



Hotel 1 ^	month_year	month_number	total_revenue	occupancy_rate1
HKE	2024-09	septembre	104,8 k	95,83
HKE	2024-10	octobre	93,3 k	70,56
HKF	2024-09	septembre	157,7 k	96,86
HKF	2024-10	octobre	163,1 k	92,35
HSM	2024-09	septembre	105,3 k	91,73
HSM	2024-10	octobre	80,2 k	67,23

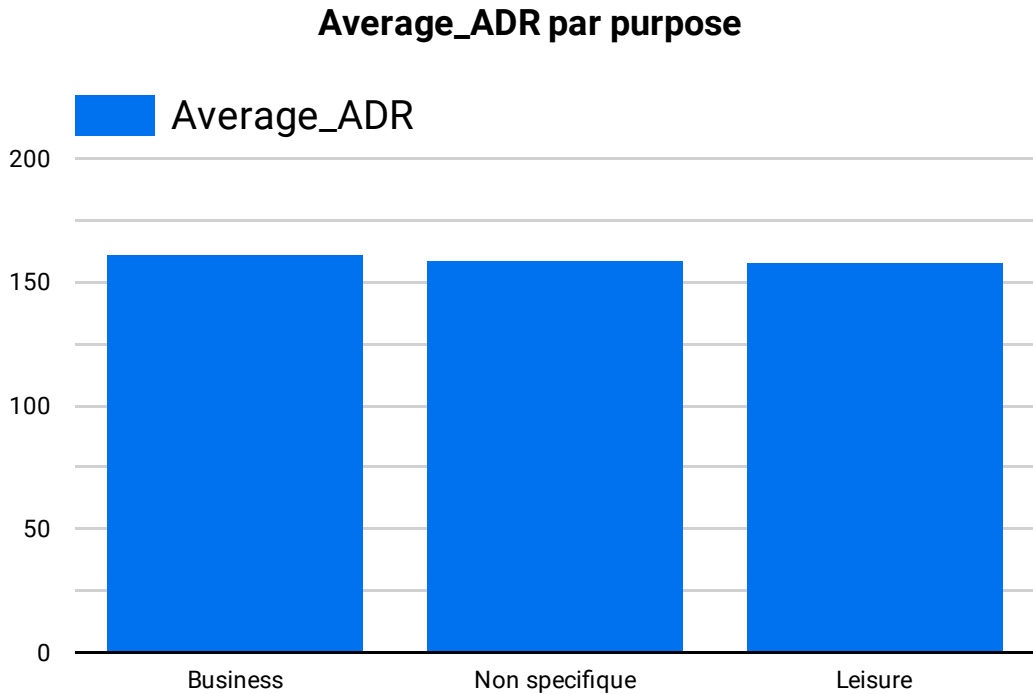
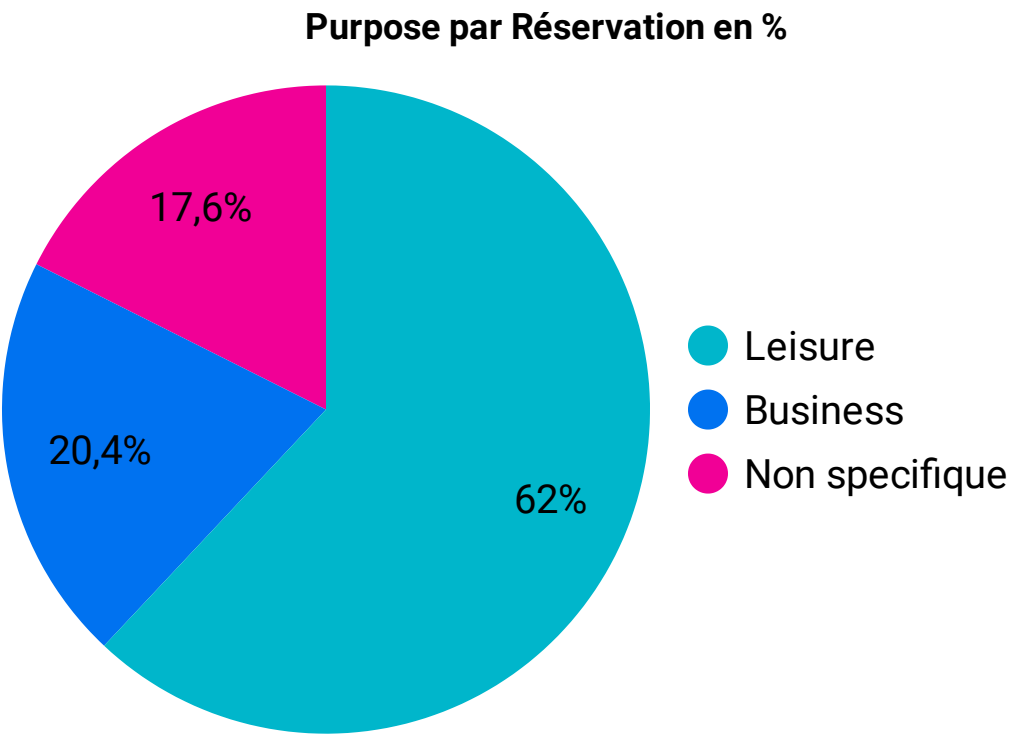
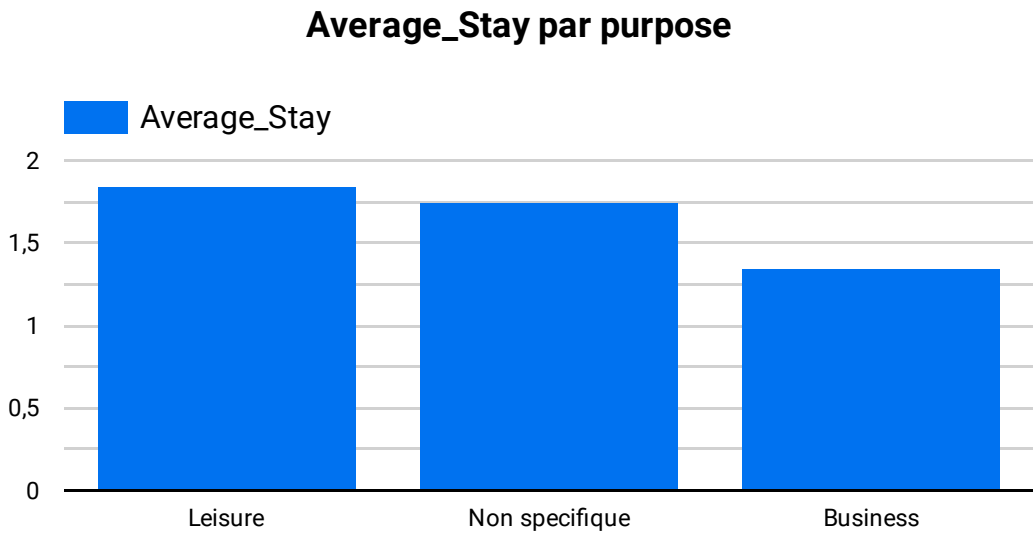
# 2- Booking Behavior Analysis by Purpose

purpose ▾

Total réservations  
4 443

Average\_ADR  
159,1

Average\_Stay  
1,65



# 3-Cancellation Analysis

travel\_agency ▾

status ▾

Total réservations

3 662

Délai moyen (J)

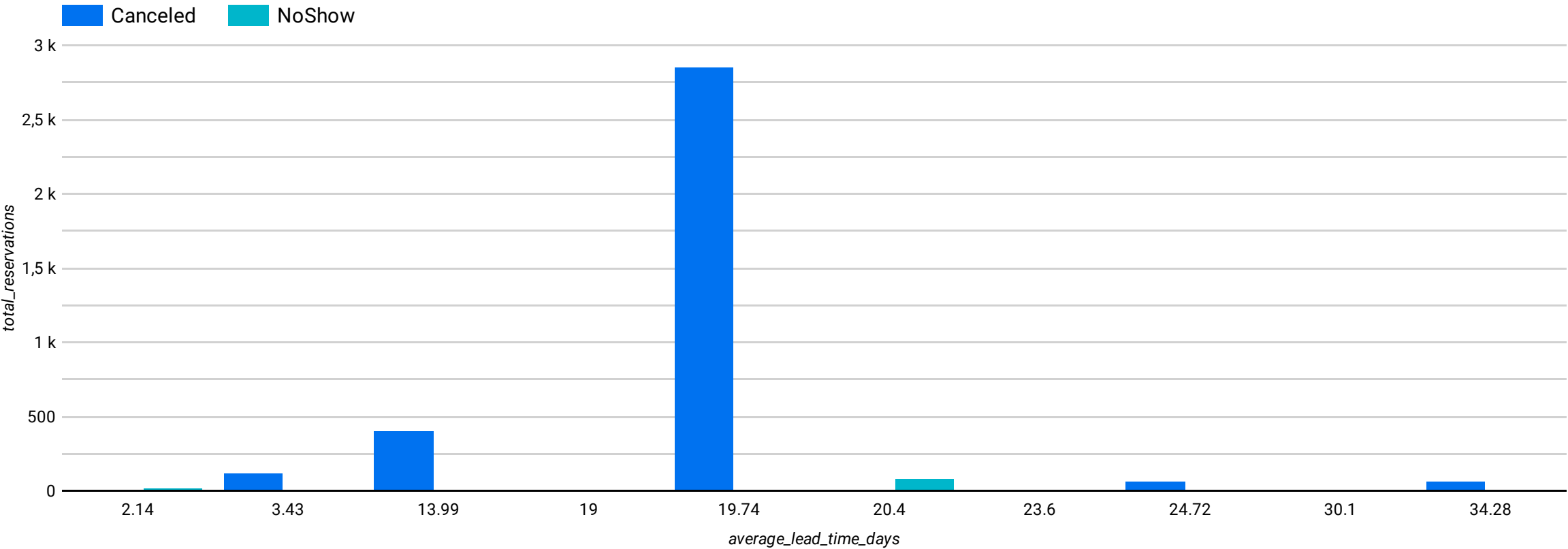
26,19

Taux d'annulation par agence de voyages

	travel_agency	Canceled_Rate_Percentage ▾	NoShow_Rate_Percentage
1.	Booking	50,18	1,49
2.	Expedia	34,18	2,47
3.	Indiv	33,7	3,87
4.	Corpo	21,68	1,62
5.	SiteWeb	13,18	0,61
6.	Groupe	13,16	6,58

1 - 6 / 6 < >

Total réservations annulées par répartition des délais .



### **Objectifs clés :**

1-Améliorer le taux d'occupation en ajustant les tarifs et en proposant des offres promotionnelles.

- .Créer des offres spéciales pendant les mois à faible taux d'occupation.
- .Analyser la performance de chaque hôtel et ajuster les stratégies marketing.

2-Maximiser la rentabilité en ciblant plus précisément les segments Business et Leisure.

- .Encourager des séjours plus longs via des offres spéciales.
- .Développer des partenariats avec des entreprises locales pour augmenter les réservations affaires.

3-Réduire les annulations en affinant la politique tarifaire et en encourageant les réservations directes.

- .Renforcer les politiques d'annulation (par exemple, frais après une certaine période).
- .Analyser les raisons des annulations pour améliorer les services.