



Guide pour créer votre business plan de location saisonnnière

Table des matières

CHAPITRE 1

Introduction	04
---------------------	-----------

CHAPITRE 2

Pourquoi ai-je besoin d'un Business Plan ?	06
---	-----------

CHAPITRE 3

Analysez votre idée commerciale	07
--	-----------

CHAPITRE 4

Faites votre analyse personnelle	08
---	-----------

CHAPITRE 5

Le Business Plan étape par étape	09
---	-----------

Table des matières

CHAPITRE 1

Quelques faux-pas à éviter !	21
-------------------------------------	-----------

CHAPITRE 2

Nos conseils	23
---------------------	-----------

CHAPITRE 3

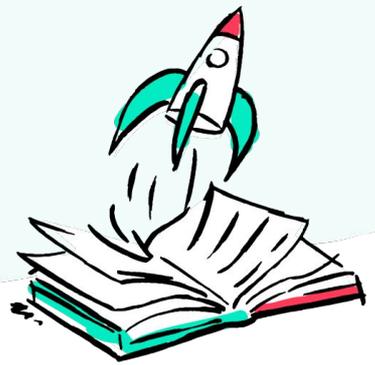
Exemple concret	25
------------------------	-----------

CHAPITRE 4

Checklist	32
------------------	-----------

CHAPITRE 5

En bref	33
----------------	-----------



Introduction

Guide pour la création de votre business plan de location saisonnière

Vous avez décidé de vous lancer dans la création d'une entreprise de location saisonnière ? Félicitations ! Vous avez déjà pensé à l'emplacement idéal et à la future annonce concernant votre hébergement.

Vous êtes peut-être même encore dans les travaux ou dans les tâches administratives pour l'enregistrement de votre propriété comme meublé touristique, chambre d'hôtes, gîtes etc. sans oublier la paperasse pour la création de votre entreprise.

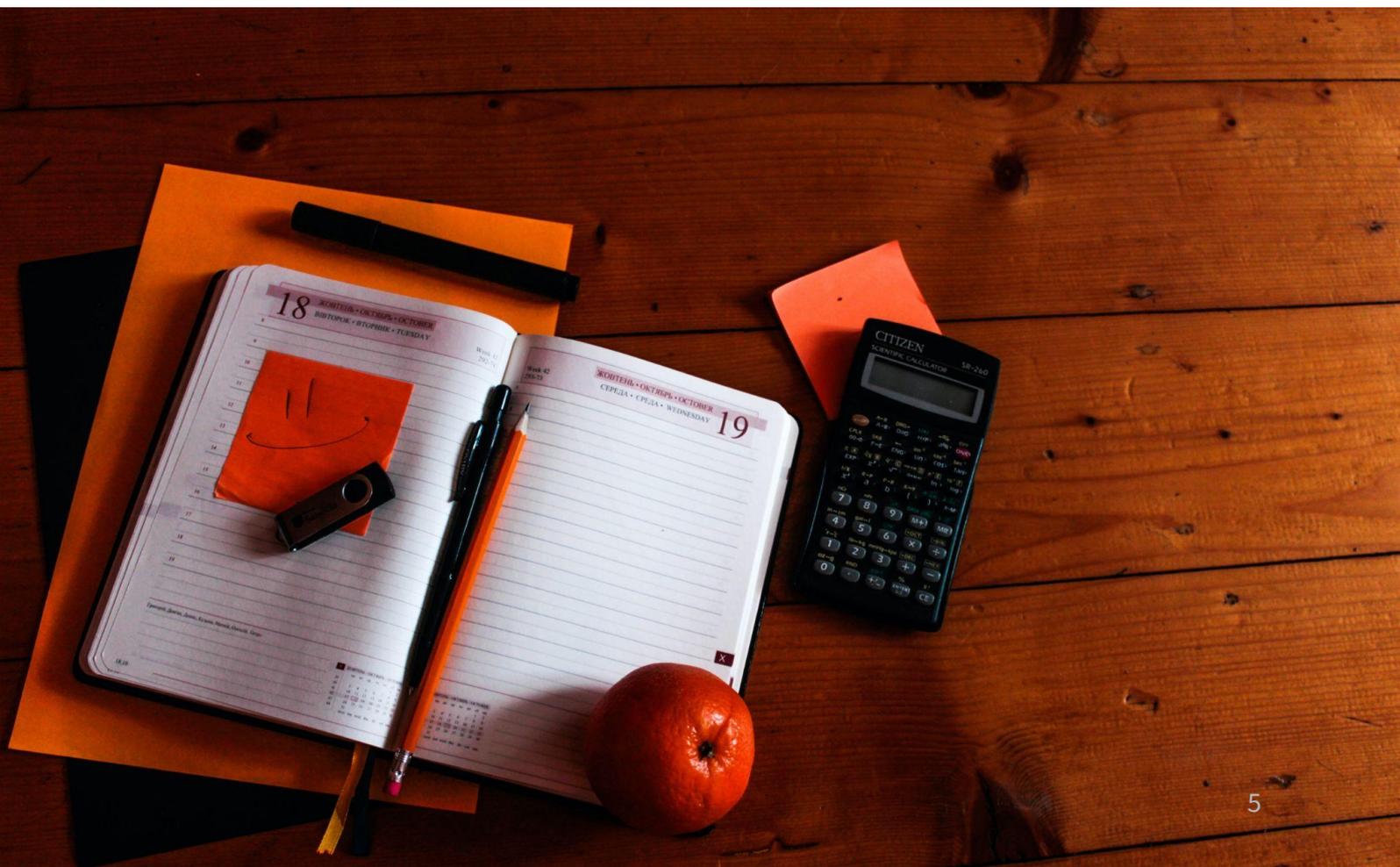
Hé oui, ça en fait des choses à penser. Alors, allons y par étapes et commençons par l'écriture de votre business plan.

Créer un business plan n'est pas aussi difficile que ça en a l'air. Imaginez-le comme **votre feuille de route de l'entreprise pour les prochaines années à venir**. Cela vous aidera à suivre des étapes et définir clairement vos objectifs pour le succès de votre activité de location saisonnière.

Créer un business plan vous aidera à éviter bien des faux-pas. Nous savons que cela peut prendre du temps, mais c'est un élément essentiel que vous devez avoir si vous souhaitez obtenir un prêt ou un autre financement pour votre nouvelle entreprise.

En lisant seulement la première page de votre business plan, tous les lecteurs devraient pouvoir comprendre les particularités de votre hébergement.

Vous ne savez pas par où commencer ? Pas de panique ! Notre guide est fait pour vous aider **à définir les différentes étapes de la création de votre business plan**. Un pas après l'autre et vous verrez que la création d'un plan de gestion détaillé pour votre maison de vacances est (presque) un jeu d'enfants, il suffit de se poser les bonnes questions.



Pourquoi ai-je besoin d'un business plan ?

Le business plan vous aidera **à définir vos objectifs à court et à long terme**. En ayant des buts précis et chiffrés vous pourrez vous assurer que votre entreprise évolue dans la bonne direction.

De plus, si vous souhaitez recevoir un investissement ou un financement d'une banque ou d'un tiers, vous devez présenter votre business plan pour que les investisseurs puissent comprendre les grandes lignes de votre projet. Vous devrez également y ajouter des données qui sauront convaincre.

Avant de se lancer

Vous souhaitez créer un business plan pour votre location saisonnière mais vous ne savez pas par où commencer ?

Tout d'abord, vous devrez **évaluer (le plus honnêtement possible) les chances de réussite de votre entreprise**, tout en prenant en compte vos qualités professionnelles mais aussi personnelles. Voyons ce que cela signifie.

Analysez votre idée commerciale

Pour **analyser la faisabilité de votre projet**, posez-vous les questions suivantes :

- La propriété que vous souhaitez acheter convient-elle à une maison de location de vacances ?
- Existe-t-il une forte demande de location saisonnière dans la région où vous envisagez d'acheter une propriété ?
- Devrez-vous effectuer des travaux de rénovation ou d'aménagement avant de pouvoir commencer à louer ?
- Avez-vous la capacité financière de démarrer une entreprise ?
- Quelles sont les connaissances et informations dont vous aurez besoin pour démarrer votre activité ?

C'est également le meilleur moment pour **vérifier qui sont les concurrents existants** (vous pouvez le faire en utilisant des sites d'annonces tels que Booking.com et Airbnb), pour déterminer si votre entreprise a sa place sur le marché.

Voici quelques points à considérer à propos de vos concurrents. Par exemple :

- Où publient-ils leurs annonces ? Ont-ils leurs propres sites web ?
- Comment font-ils la promotion de leurs marques ?
- Combien facturent-ils ?
- Quels sont leurs prix de saison ?
- Comment décrivent-ils leurs propriétés ?
- Quelle différence apporterez-vous sur le marché ?

Faites votre analyse personnelle

Cela peut sembler un peu étrange mais **s'analyser soi-même est une étape importante** que de nombreux propriétaires oublient de faire.

Demandez-vous si :

- Etes vous prêt(e), mentalement et physiquement, à la gestion d'une entreprise de location saisonnière ?
- Quelles compétences existantes avez-vous qui seront un atout pour votre activité ?
- Quelles sont les compétences que vous devriez travailler / obtenir ?
- Quel revenu souhaitez-vous générer grâce à votre entreprise ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de se lancer dans ce type d'activité ?
- Allez-vous gérer vous-même votre location saisonnière ou allez-vous embaucher un gestionnaire immobilier ?



Le Business Plan étape par étape

Lorsque vous avez terminé vos recherches et que vous êtes certain(e) que votre entreprise a du potentiel, vous pouvez commencer à penser à l'élaboration de votre business plan. Si vous n'avez jamais rédigé de business plan auparavant, il peut être difficile de savoir par où commencer.

Chez **Lodgify**, nous fournissons aux propriétaires les bons outils pour pouvoir prendre les choses en main. C'est pourquoi nous avons préparé ce guide, qui explique précisément ce que chaque propriétaire doit inclure dans son business plan.

Un business plan de location saisonnière devrait toujours inclure les éléments suivants.

1. Le résumé

Un résumé explique les grandes lignes de votre projet, il se trouve sur les premières pages de votre business plan. Vous devez indiquer les particularités et les informations de base sur votre location de manière à ce que tous les lecteurs puissent comprendre en un coup d'œil de quoi il s'agit.

Outre un aperçu de votre entreprise et de ses services d'hospitalité, ce résumé doit également répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi vous lancez-vous dans cette affaire ?
- Qui est votre public cible ?
- Quels sont les besoins des voyageurs qui se rendront dans votre hébergement ?
- Quels sont vos objectifs avec ce projet ?
- Que pouvez-vous partager sur l'industrie ?
- Quelle est la taille du marché ?

2. Analyse d'entreprise

Dans la section d'analyse de votre entreprise, vous devez fournir **des informations détaillées sur les facteurs clés de succès de votre nouvelle entreprise** de location saisonnière.

- Qu'offre votre logement, qui fera de votre activité un succès ?
- Qu'apporte votre entreprise sur le marché ?
- Quelles sont les particularités de votre logement ? Dispose-t-il d'**équipements** recherchés ?



3. Étude de marché

Dans cette section, vous allez informer votre lecteur sur les tendances actuelles du secteur de la location saisonnière, en donnant un aperçu de l'état actuel du marché. Cela vous aidera et aidera vos lecteurs à comprendre réellement le paysage de l'industrie.

De plus, si un acteur extérieur investit dans votre entreprise, vous serez en mesure de démontrer vos connaissances du secteur.

- Quelles sont les dernières tendances en matière de location saisonnière ?
- Quels sont les taux d'occupation dans votre région ?
- Que recherchent les voyageurs aujourd'hui ? etc.

4. Analyse client

Dressez un tableau précis de votre marché cible dès le départ, avec le type d'invités que vous souhaitez cibler. Cela est essentiel pour recevoir davantage de réservations dans le futur.

Idéalement, pour répondre à la question “Qui vont être mes clients types ?”, vous allez devoir créer plusieurs **personas d'acheteurs** différents pour chacun de vos publics cibles.

Ces représentations fictives de ceux que vous considérez comme vos clients idéaux vous aideront dans toutes les étapes de votre activité : marketing, réservations, service à la clientèle et même votre contenu de votre annonce.

Par exemple, vos personas d'acheteurs peuvent être :

- Des couples
- Des familles
- Des voyageurs retraités
- Des voyageurs d'affaires
- Des voyageurs avec des animaux domestiques
- Des millennials (génération Y)
- Des télétravailleurs ou digital nomads

Chaque location de vacances est différente et chacune d'elles aura probablement des personas d'acheteurs différents. **Pour créer vos personas d'acheteur, vous devez réfléchir attentivement aux données démographiques et aux facteurs socio-économiques et géographiques de chaque type de voyageurs.**

Dans l'analyse client, vous devez également expliquer ce que vous ferez pour que votre location saisonnière réponde aux exigences de chacun de ces groupes principaux.

Pensez également à leurs besoins spécifiques et aux canaux qu'ils utilisent pour le marketing de votre entreprise :

- Réservent-ils en ligne ?
- Sur des sites d'annonces ou des OTA ?
- Dans des offices du tourisme ?
- Grâce au bouche à oreille ?

Mettez-vous à la place de vos potentiels invités et demandez-vous pourquoi ils choisissent cette location de vacances : Il peut s'agir de l'emplacement, des commodités et/ou des services supplémentaires offerts.

5. Analyse concurrentielle

Effectuez **une étude approfondie de vos concurrents directs ou indirects** (par exemple, d'autres locations saisonnières de votre région dotées d'équipements similaires).

Il existe de nombreux **sites d'annonces tels que Airbnb, HomeAway ou Booking.com que vous pouvez utiliser pour rechercher facilement vos concurrents**. Voici quelques points à considérer :

- Qui sont mes concurrents actuels ?
- Combien de propriétés ont-ils ?
- Comment sont les points positifs mis en avant dans les commentaires ?
- Que font-ils pour promouvoir leur location de vacances ?

Regardez également leurs stratégies marketing :

- Quel type d'invités (ou de personas d'acheteurs) les concurrents actuels ciblent-ils ?
- Se concentrent-ils sur un type d'invité spécifique, en visant le marché de masse ou bien un marché de niche particulier ? Par exemple, le marché haut de gamme, ou de jeunes familles, etc.
- En quoi votre entreprise sera-t-elle différente de la concurrence ?
- Quelles faiblesses des concurrents pouvez-vous exploiter ?
- Quelles forces de la concurrence devrez-vous surmonter pour réussir ?
- Que ferez-vous si de nouveaux concurrents entrent sur le marché ? Comment allez-vous réagir et surmonter les nouveaux défis ?

6. Plan opérationnel

Parfois désigné sous le nom de plan de gestion, le plan opérationnel devra contenir des détails plus précis sur la manière dont vous envisagez de gérer votre nouvelle entreprise.

Essayez de répondre à des questions telles que :

- Où se situe votre entreprise de location de vacances ?
- Qui sera responsable de son fonctionnement au quotidien ?
- Combien d'employés supplémentaires devrez-vous embaucher ? A temps plein ou à temps partiel ?
- Quelles seront leurs responsabilités ?
- Quelles sont vos normes de service et votre règlement ?
- Quels fournisseurs utiliserez-vous ?
- Comment contrôlerez-vous l'inventaire ?



7. Plan Marketing

Vous savez déjà quels sont vos marchés cibles. Vous avez donc maintenant la possibilité d'expliquer les stratégies que vous utiliserez pour atteindre ces objectifs et recevoir des réservations.

Prenez ces questions en considération :

- Que ferez-vous pour attirer des invités ?
- Comment mettre en valeur votre marque ?
- Quel est votre message marketing ?
- Comment adapter votre message aux différents types d'acheteurs ou personas ?
- Que ferez-vous en termes de marketing direct ?
- Quels sont vos projets pour votre [site web de location de vacances](#) ?
- Que ferez-vous comme campagnes de marketing en ligne ?
- Comment effectuerez-vous les tâches de [marketing SEO](#) (optimisation pour les moteurs de recherche comme Google) ?
- Allez-vous faire la promotion de votre logement sur les réseaux sociaux ?
- Quelles promotions hors ligne allez-vous faire ?

Si vous ne vous y connaissez pas beaucoup en marketing pour le moment, de nombreuses ressources sont disponibles sur [notre blog](#) pour vous aider. Notre article sur [les stratégies marketing à petits prix](#) pour les locations saisonnières est un excellent point de départ.

8. Plan de Distribution

Alors que les entreprises de location saisonnière établies sont plus habituées à obtenir des réservations directes et peuvent même fonctionner sans être publiées sur les sites d'annonces; pour les hôtes débutants, la diversification des canaux de distribution est la clé.

La présence sur les agences de voyages en ligne (OTA) les plus visitées est importante pour créer de la visibilité en ligne et recevoir les premières réservations.

Examinez le marché et **choisissez les canaux tiers** que vous utiliserez pour la distribution de votre annonce. Les choix les plus populaires sont les suivants :

- Airbnb
- Abritel - groupe Vrbo (anciennement HomeAway)
- Booking.com
- Google Rentals (Location de vacances)
- Le bon coin Location de vacances
- TripAdvisor
- PAP Vacances
- Clevacances
- Mediavacances
- Amivac
- Wimdu

Si vous ne savez pas où faire de la publicité pour votre propriété, **consultez nos guides complets des différents sites d'annonces** de locations de vacances. Vous y trouverez des informations sur leur fonctionnement et les différents frais et charges.

De plus, si vous envisagez d'inscrire votre propriété sur plusieurs sites, il est également essentiel de disposer d'un bon gestionnaire de canaux.

Le gestionnaire de canaux, appelé **Channel Manager, vous aide à gérer les listes d'annonces externes en synchronisant les calendriers et les réservations sur toutes les plateformes, garantissant ainsi la mise à jour de toutes les informations. Dites adieu aux doubles réservations !**

9. Plan de gestion des revenus

Fixer vos tarifs est l'un des problèmes les plus difficiles à résoudre lors du lancement de votre entreprise de location saisonnière. Si vous sous-évaluez vos prix par rapport au marché, vous risquez d'attirer des visiteurs problématiques susceptibles d'endommager votre location.

Au contraire, en surestimant vos tarifs vous risquez de vous retrouver avec un taux de non-occupation élevé. Dans cette section du business plan, vous devez décrire les techniques ou **outils de gestion des prix** ou du rendement que vous utiliserez. Il est également utile d'inclure vos politiques de paiement et d'annulation ici.



10. Plan financier

Les chiffres sont très importants dans votre business plan. Dans cette section, vous devrez inclure des détails sur la manière dont vous allez financer votre entreprise, ainsi que **toute estimation des prévisions de dépenses et de revenus** pour l'avenir.

N'oubliez pas d'inclure, par exemple :

- Tous les frais de démarrage de la location de vacances (investissement en capital)
- Frais d'exploitation courants pour l'entretien, les réparations et l'entretien ménager
- Dépenses opérationnelles
- Estimation des revenus prévus pour les cinq prochaines années
- Indicateurs de performance clés (KPI) à suivre, tels que l'occupation prévue, l'ADR (taux quotidien moyen) et le RevPAR (revenu par chambre disponible).
- Coûts des permis et licences
- Coûts de services supplémentaires que vous pourriez engager (nettoyage, gestion des clés, ect)



11. Les étapes importantes pour l'avenir de votre location saisonnière

Tout propriétaire de location de vacances qui crée un business plan devra être capable de **penser sur le long terme** :

- Quels sont vos plans pour l'avenir ?
- Où voyez-vous votre entreprise dans cinq ans ? Dans dix ans ?

Incluez vos objectifs sur le long terme dans votre business plan avec toutes les étapes pour atteindre vos objectifs. Les différentes étapes peuvent être :

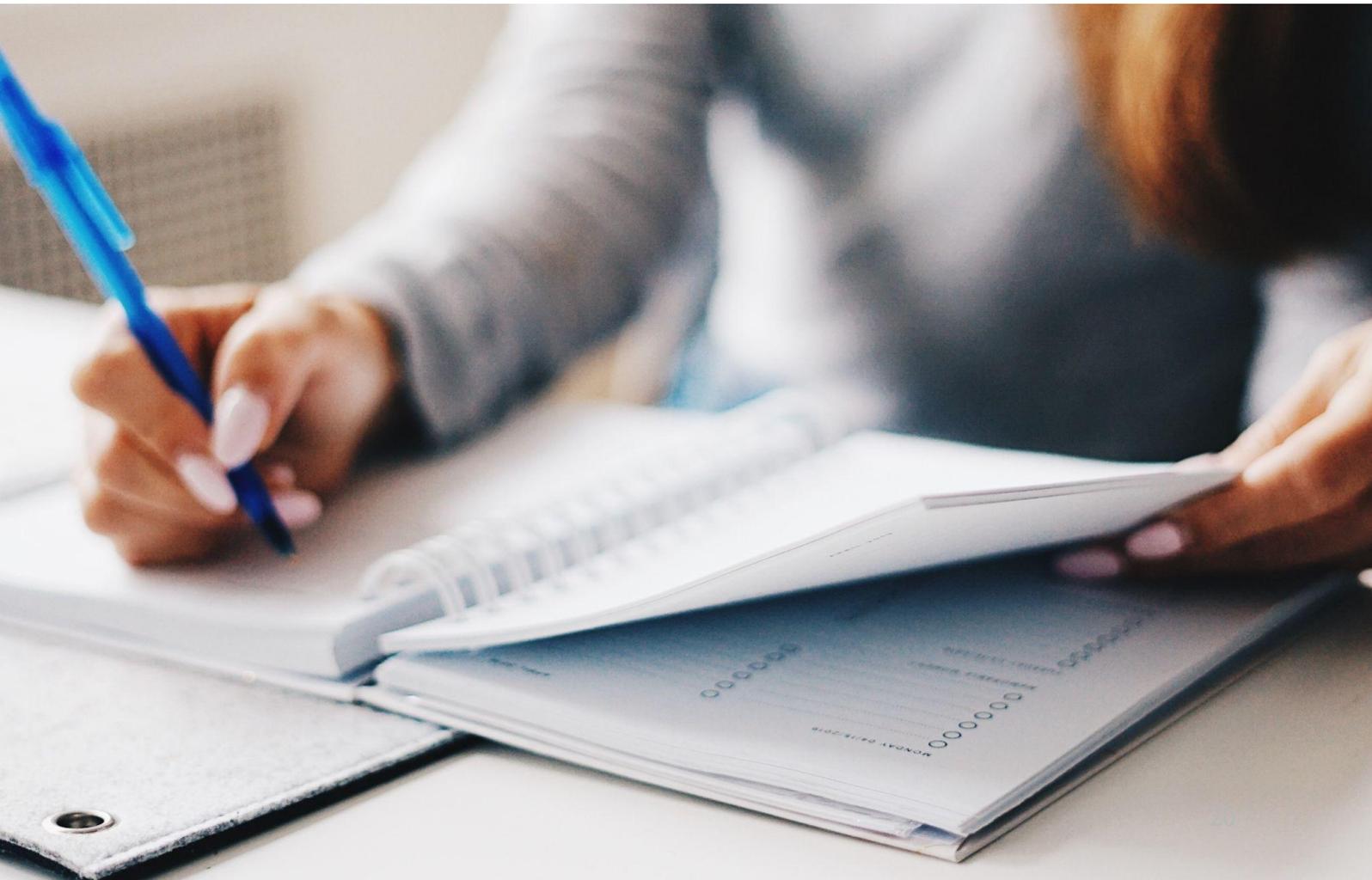
- ✓ Choisir l'emplacement
- ✓ Obtenir les permis et licences
- ✓ Faire une rénovation complète
- ✓ Créer un site web et lancer son activité
- ✓ Définir seuil de rentabilité de l'EBE (l'excédent brut d'exploitation) / du RNE (revenu net d'exploitation)
- ✓ Atteindre 10% de l'EBITDA ("Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization", BAIIA en français pour "bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement").

Chaque fois qu'un jalon est atteint, le risque pour les investisseurs diminue. Au moment où votre dernier jalon est accompli, cela signifie que votre entreprise a de bonnes chances de réussir sur le long terme.

12. Annexes

Si vous souhaitez inclure des informations pertinentes pour le bon fonctionnement de votre activité, il est judicieux d'inclure cette documentation dans la section annexe. De cette façon, votre business plan sera simplifié et toutes les informations complémentaires seront rangées à la fin.

Il peut s'agir de vos documents administratifs avec votre numéro de société et d'enregistrement touristique, des numéros de téléphone de différents professionnels (personnel de nettoyage, électricien, plombier, etc).



Quelques faux-pas à éviter !

Lors de l'élaboration d'un business plan pour une location de vacances, il est important d'éviter certaines erreurs courantes. Voici quatre points clés à retenir :

1. Ciblez votre public :

Votre hébergement de vacances ne pourra pas plaire à tout le monde, et c'est tout à fait normal ! Au lieu d'essayer de viser trop large, **pensez à votre proposition de valeur unique**. Qu'est-ce que vous pouvez offrir de spécial à vos invités ? En identifiant votre valeur ajoutée, vous pourrez définir précisément qui seront vos clients idéaux.

2. Ne sous-estimez pas la concurrence :

Même si vous pensez que votre location de vacances est la meilleure de la ville, il y aura toujours des concurrents qui pensent la même chose de leurs hébergements. Prenez le temps **d'évaluer ce que font vos rivaux en termes de prix, de valeur, de style et de disponibilité**. Cela vous aidera à déterminer votre avantage concurrentiel et à vous démarquer.

3. Soyez réaliste dans votre plan de financement :

Nous avons tous envie de gagner beaucoup d'argent dès la première année, mais il est important d'être réaliste. Lancer une nouvelle activité est un défi de taille qui demande du temps et des efforts considérables. Évitez la tentation de surestimer vos revenus tout en sous-estimant vos dépenses. Pensez grand pour votre entreprise, mais **soyez prudent et réaliste en matière d'argent**.

4. N'oubliez pas d'avoir une assurance adaptée :

Avant d'accueillir vos premiers invités, assurez-vous d'avoir inclus **une assurance spécifique pour votre hébergement** dans votre plan d'activité. L'assurance habitation standard ne couvre généralement pas les problèmes courants liés aux locations de vacances.

Les hébergements de courte durée présentent des risques accrus, tels que les dommages matériels causés lors de fêtes ou les vols. Renseignez-vous sur les polices d'assurance qui offrent une bonne couverture pour les propriétaires de locations de vacances et comparez les différentes compagnies pour trouver celle qui propose la meilleure couverture et le meilleur rapport qualité-prix.

En gardant ces conseils à l'esprit, vous serez mieux préparé pour éviter les erreurs courantes et élaborer un business plan solide pour votre location de vacances.



Nos conseils

Maintenant que vous avez un Business Plan rempli d'informations précises et détaillées, vous êtes prêt à démarrer. Mais attendez un petit instant !

Alors que **le secteur devient de plus en plus compétitif** avec un nombre croissant de locations saisonnières et le monopole de quelques OTAs, vous recherchez peut-être un avantage supplémentaire.

Voici nos conseils pour maximiser vos chances de succès et vous démarquer :

1. Créez votre propre site de réservation directe

Dépendre uniquement des plateformes comme Airbnb ou Booking.com peut limiter vos revenus en raison des commissions élevées. Avec **un site de réservation directe**, vous pouvez :

- Réduire vos coûts.
- Construire une relation directe avec vos clients.
- Contrôler votre marque et votre image.

Utilisez **Lodgify** pour créer facilement un site professionnel avec un moteur de réservation intégré.

2. Investissez dans votre visibilité en ligne

Avoir un site, c'est bien, mais attirer des visiteurs, c'est encore mieux. Pensez à :

- **Référencement naturel (SEO)** : Publiez du contenu utile pour attirer des visiteurs, comme des guides locaux ou des articles sur les événements à proximité.
- **Publicité ciblée (SEA)** : Envisagez des campagnes Google Ads pour apparaître en haut des résultats de recherche sur des mots-clés spécifiques à votre destination.
- **Réseaux sociaux** : Partagez des photos captivantes et des témoignages pour engager une communauté fidèle.

3. Optimisez l'expérience client

Un client satisfait est votre meilleur ambassadeur. Proposez :

- **Une communication fluide** : Répondez rapidement aux questions et soyez proactif dans vos échanges.
- **Des services personnalisés** : Panier de bienvenue, recommandations locales ou check-in flexible.
- **Des outils technologiques** : Automatisez vos processus avec un Channel Manager pour synchroniser vos calendriers et éviter les erreurs de réservation.

4. Diversifiez vos canaux de distribution

Même si votre objectif est d'augmenter vos réservations directes, continuez à être présent sur plusieurs OTAs pour maximiser votre visibilité. Expérimentez également avec des plateformes de niche pour atteindre des audiences spécifiques, comme les amateurs de nature ou les familles.

5. Mettez sur les avis clients

Les avis influencent énormément les décisions des voyageurs. Encouragez vos clients satisfaits à laisser des commentaires sur votre site, Google ou les OTAs, et **répondez aux avis** (positifs comme négatifs) de manière professionnelle.

Exemple de Business Plan : maison en location courte durée à Dunkerque (France)

Voici un exemple type de Business Plan pour une maison en location saisonnière à Dunkerque. Le document suit les étapes mentionnées dans le modèle pour structurer un projet clair et convaincant.

Ce business plan pourra être ajusté en fonction des retours du marché et des opportunités identifiées après lancement.

1. Présentation de l'activité

Résumé : Notre projet consiste à transformer une maison familiale située à Dunkerque en une location saisonnière accueillante, conçue pour répondre aux besoins des voyageurs en quête de confort, d'authenticité et de proximité avec la mer. La maison, idéale pour des familles et des petits groupes, est située à seulement 10 minutes à pied de la plage de Malo-les-Bains et des principales attractions touristiques locales.

Grâce à une décoration chaleureuse et des équipements modernes (WiFi rapide, cuisine équipée, espace extérieur), notre maison offre un refuge parfait pour les vacances toute l'année. En ciblant les familles et les voyageurs internationaux, notre mission est de fournir une expérience unique et mémorable, tout en valorisant le charme local de Dunkerque.

2. Analyse de l'activité entreprise

Points forts de notre hébergement :

- **Localisation idéale :** à proximité de la plage, du centre-ville et des événements locaux comme le célèbre Carnaval de Dunkerque.

- **Tarifs compétitifs** : positionnement stratégique pour offrir un excellent rapport qualité/prix.
- **Équipements uniques** : un jardin privatif, un barbecue pour l'été, et des chambres décorées sur le thème marin pour plonger les invités dans l'ambiance de la région.
- **Accueil personnalisé** : livret d'accueil numérique avec recommandations locales (restaurants, activités, excursions).

3. Étude de marché géographique

Analyse locale :

- **Prix moyens des locations similaires** :
 - Appartements à proximité : 80-120€/nuit.
 - Maisons entières : 120-180€/nuit.
 - Offres haut de gamme : 200€/nuit et plus.
- **Demande touristique** : Dunkerque attire des visiteurs pour ses plages, ses musées (Musée Portuaire), et ses événements comme le Carnaval. La région est également populaire pour des séjours en famille et les escapades de week-end.

Positionnement stratégique :

Notre maison se différencie par une combinaison de prix attractif, d'équipements adaptés aux familles et d'une proximité unique avec la mer et les attractions locales.

4. Analyse des clients potentiels

Cibles principales :

1. **Familles avec enfants** : à la recherche de confort, d'espace et de divertissements pour les petits (jeux, équipements pour enfants).
2. **Couples** : en quête d'un week-end romantique près de la mer, avec une ambiance cosy.

3. **Voyageurs internationaux** : séduits par les charmes d'une ville authentique, bien desservie depuis le Royaume-Uni et la Belgique.
4. **Professionnels** : souhaitant combiner affaires et détente grâce à la proximité des centres de conférence et une connexion WiFi rapide.

5. Analyse concurrentielle

Principaux concurrents :

- **Location 1 : Appartement moderne à Malo-les-Bains (100€/nuit)**
 - Avantages : Vue sur la mer, moderne.
 - Inconvénients : Pas d'espace extérieur, petite capacité (2 personnes max).
- **Location 2 : Maison traditionnelle dans le centre-ville (140€/nuit)**
 - Avantages : Bien équipée, proche des commerces.
 - Inconvénients : Décoration vieillissante.

Notre avantage compétitif :

Offrir une maison spacieuse et moderne avec un jardin privatif, proche de la plage et adaptée à divers types de voyageurs.

6. Plan opérationnel

- **Gestion des réservations :**
Utilisation d'un **Channel Manager** pour synchroniser les calendriers sur Airbnb, Booking, et notre site de réservation directe.
- **Entretien et nettoyage :**
Collaboration avec une agence de nettoyage locale pour un service rapide et professionnel après chaque départ.
- **Support client :**
Service 24/7 via WhatsApp pour répondre aux questions des invités.

7. Plan marketing

Stratégies en ligne :

- Création d'un **site web dédié avec moteur de réservation directe**.
- Campagnes Google Ads ciblant les voyageurs à la recherche de vacances dans les Hauts de France.
- Optimisation des annonces sur les plateformes OTA (Airbnb, Booking) avec des photos professionnelles et des descriptions engageantes.

Stratégies hors ligne :

- Distribution de flyers dans les offices de tourisme de la région.
- Collaboration avec des restaurants et commerces locaux pour des offres partenaires.

8. Plan de distribution

- **OTA prioritaires** : Airbnb, Booking.com et Abitel.
- **Outils** : Utilisation d'un **Channel Manager** pour centraliser les réservations et éviter les surréservations.
- **Paiements** : Stripe pour les paiements directs, avec des options pour PayPal et virements bancaires.

9. Plan Financier

1. Coûts et revenus prévisionnels

- **Tarifs par nuitée** :
 - Tarif moyen : **80 € / nuit** (hors saison).
 - Tarif de haute saison (été, festivals, braderie, événements locaux) : **120 € / nuit**.
- **Taux d'occupation estimé** :
 - Hors saison : 12 nuits par mois (40 % d'occupation).
 - Haute saison : 20 nuits par mois (65 % d'occupation).

- **Revenus mensuels bruts estimés :**
 - Hors saison : 12 nuits x 80 € = **960 €**.
 - Haute saison : 20 nuits x 120 € = **2 400 €**.

2. Dépenses principales

- **Charges fixes :**
 - Eau : **50 €/mois** (maison déjà équipée).
 - Électricité et chauffage : **100 €/mois** (surtaxe en hiver).
 - Assurance habitation : **25 €/mois**.
 - Plateforme de réservation (Airbnb, Booking.com) : **15 % de commission** sur les revenus (soit ~144 € en haute saison).
- **Charges variables :**
 - Ménage (sous-traité) : **40 €/séjour**, prévoir **6 séjours/mois** en haute saison = 240 €.
 - Produits d'accueil : ~3 €/invité, soit **30 €/mois** pour 10 invités.
- **Autres frais spécifiques :**
 - Entretien du jardin (si nécessaire) : **30 €/mois**.
 - Réparations ponctuelles : prévoir une réserve de **200€/trimestre**.

3. Estimation des bénéfices

- Revenus bruts : **960 € (hors saison) à 2 400 € (haute saison)**.
- Dépenses mensuelles totales : ~250 € fixes + variables (~350 € en haute saison).
- **Bénéfices nets estimés :**
 - Hors saison : ~**700 €**.
 - Haute saison : ~**1 800 €**.

4. Obligation fiscale et régime

- Régime recommandé : **Micro-BIC** (abattement de 50 % sur les revenus locatifs).
- Revenus imposables (haute saison) : **1 200 € après abattement**.
- Impôt estimé : **20 % x 1 200 € = 240 €** (à ajuster selon la situation globale).

10. Plan de Financement

1. Estimation des dépenses initiales :

- Travaux nécessaires avant mise en location :
 - **Peinture et rafraîchissement des murs : 800 €.**
 - **Nouveaux meubles ou décorations : 1 500 €** (ajout de charme pour attirer les clients).
 - **Installation Wi-Fi haut débit : 150 € + 30 €/mois d'abonnement.**
- Total estimé des investissements : **2 500 € à 3 000 €.**

2. Source de financement :

- **Pas d'emprunt nécessaire** si vous utilisez vos économies personnelles pour couvrir ces dépenses.
- Si besoin, possibilité d'un petit crédit personnel :
 - Montant : **3 000 € sur 2 ans.**
 - Taux d'intérêt : **3,5 %.**
 - Mensualité : **130 € / mois.**

3. Plan de remboursement (si emprunt) :

- Revenus nets saisonniers permettront de couvrir facilement les mensualités.
- Excédent possible pour réinvestir dans des améliorations futures (nouveaux équipements, campagnes marketing).

11. Étapes pour le futur de l'activité (plan stratégique)

Voici un plan stratégique pour assurer la croissance et la rentabilité de votre activité :

- **Objectif de revenu mensuel :**
 - Hors saison : **700 € minimum.**
 - Haute saison : **1 800 € ou plus.**
- **Croissance des réservations :**
 - Taux de croissance attendu : **+20 % d'occupation annuelle** grâce à une amélioration continue (décoration, équipements).

- **Retours clients :**
 - Objectif : **10 avis positifs minimum au cours de la première année** pour renforcer la visibilité en ligne.
- **Améliorations à court terme :**
 - Ajout d'une terrasse ou coin barbecue pour attirer les vacanciers en été.
 - Promotion via des plateformes locales ou réseaux sociaux.

12. Annexes

Documents à inclure pour compléter le business plan :

- **Factures initiales :** travaux, meubles, abonnement Wi-Fi.
- **Relevés d'inscription sur les plateformes de réservation (Airbnb, Booking, etc.).**
- **Informations administratives :** taxes locales de séjour à Dunkerque, assurance habitation adaptée à la location saisonnière, documents administratifs concernant l'enregistrement du logement pour la location courte durée.
- **Liste des contacts utiles :**
 - Plombier local.
 - Électricien.
 - Femme de ménage ou service de nettoyage.
- **Sauvegardes du calendrier et des réservations :** logiciel de location saisonnière.

Checklist

La rédaction de votre business plan de location saisonnière devrait vous aider à mieux comprendre le potentiel de réussite de votre entreprise. Même si vous n'avez jamais rédigé de plan d'entreprise auparavant, en suivant les étapes décrites précédemment, vous devriez vous en sortir plus facilement.

La chose la plus importante à retenir est que **chaque business plan est différent**, vous n'aurez peut-être même pas besoin de répondre à toutes les questions proposées dans chaque section : **il n'y a pas de mal à adapter ces idées pour mieux répondre aux besoins de votre entreprise.**

Il est maintenant temps de vous lancer dans l'élaboration de votre business plan ! Utilisez la checklist ci-dessous pour cocher chaque section au fur et à mesure :

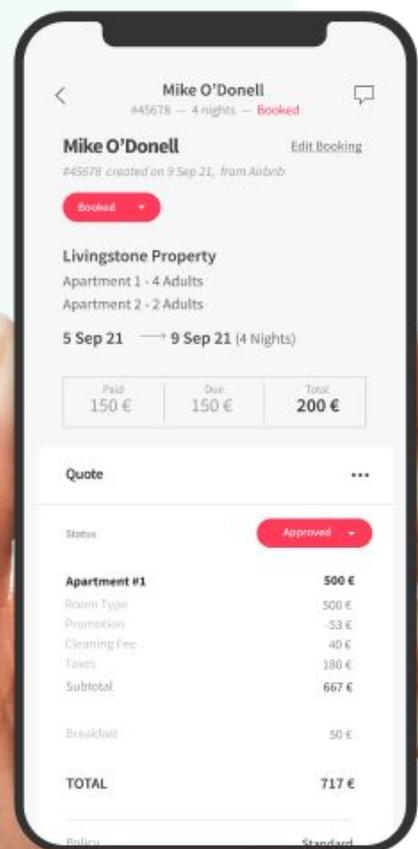
- Recherche préliminaire
- Résumé
- Analyse d'entreprise
- Étude de marché
- Analyse client
- Analyse de la concurrence
- Plan opérationnel
- Plan marketing
- Plan de distribution
- Plan de gestion des revenus
- Plan financier
- Etapes importantes
- Annexe

Augmentez vos réservations grâce à Lodgify

Essayez notre logiciel de location saisonnière gratuitement pendant 7 jours !
Créez un site web pour votre propriété, synchronisez votre calendrier et vos réservations et bien plus encore.

C'est parti !

Aucune carte de crédit requise.
Pas d'obligation. Annulez quand vous le souhaitez.





LODGIFY

