

trainingcenterin

UTILISATION DES PMS HÔTELIERS

Manuel de Formation Opérationnelle - Agent des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Outils & Technologies - Édition Complète (Version Longue)

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction aux PMS : L'Outil Quotidien de l'Agent
MODULE 2	L'Interface et la Navigation : Raccourcis et Écrans Clés
MODULE 3	Gestion des Profils (Cardex) : La Mémoire de l'Hôtel
MODULE 4	Recherche de Disponibilités : Lire la Grille d'Inventaire
MODULE 5	Saisie d'une Réservation Individuelle (Étape par Étape)
MODULE 6	Sélection des Tarifs et Compréhension des Rate Codes
MODULE 7	L'Importance Critique des Codes Marché et Source
MODULE 8	Modifications, Annulations et Gestion des Dépôts
MODULE 9	Gestion des Paiements et Garanties (VCC, Liens sécurisés)
MODULE 10	Le Tracing : Communiquer les Demandes Spéciales au Front Office
MODULE 11	Les Réservations de Groupes : Pick-up sur les Blocs (Allotements)
MODULE 12	L'Interconnexion (Channel Manager) : Gérer les Réservations Web

- MODULE 13** Édition des Rapports et Préparation des Arrivées (Arrivals Check)
- MODULE 14** Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO
- MODULE 15** Conclusion et Checklist d'Auto-Contrôle Quotidien

MODULE 1 : Introduction aux PMS :

L'Outil Quotidien de l'Agent

1.1. Le PMS : Votre principal outil de travail

Le **PMS (Property Management System)** est le logiciel central qui fait fonctionner l'hôtel entier. En tant qu'**Agent de Réservations**, vous passerez 95% de votre journée devant cet écran. Ce n'est pas seulement un carnet de rendez-vous électronique, c'est une base de données complexe qui gère les tarifs, l'inventaire des chambres, les préférences des clients et la facturation.

Les PMS les plus répandus dans le monde (Opera, Mews, Protel) ont des interfaces différentes, mais ils fonctionnent tous selon la même logique. Comprendre cette logique est indispensable pour ne pas être un simple "cliqueur de boutons", mais un véritable expert capable de résoudre des problèmes.

1.2. La responsabilité de la saisie (GIGO)

En informatique, il existe une règle d'or : **GIGO (Garbage In, Garbage Out)** - "Déchets à l'entrée, Déchets à la sortie". Si un Agent de Réservation saisit des informations incomplètes, fausses ou mal orthographiées dans le PMS, c'est le collègue de la Réception qui subira la colère du client lors de son arrivée.

La qualité d'un hôtel ne dépend pas seulement de ses beaux draps, mais de l'exactitude de la *Data* saisie par l'Agent de Réservation.

MODULE 2 : L'Interface et la Navigation : Raccourcis et Écrans Clés

2.1. L'organisation visuelle du PMS

L'interface d'un PMS hôtelier est souvent dense et peut paraître intimidante au premier abord. Elle est divisée en grands modules opérationnels :

- **Réservations (Reservations)** : L'écran où vous créez, modifiez et annulez les dossiers clients individuels.
- **Profils (Profiles / Cardex)** : Le répertoire qui contient les fiches d'identité des clients, des entreprises et des agences de voyage.
- **Disponibilité (Availability)** : La grille qui vous permet de voir instantanément combien de chambres il reste à vendre pour une date donnée.
- **Groupes / Blocs (Blocks)** : L'espace réservé aux contrats de groupes, mariages et allotements d'agences.

2.2. Les raccourcis vitaux

Un Agent de Réservations performant doit être rapide au téléphone. L'utilisation de la souris ralentit le processus. Il faut maîtriser les raccourcis clavier (Shortcuts) :

1. **F5 ou Ctrl+D** : Pour ouvrir instantanément l'écran des disponibilités.
2. **F3 ou Ctrl+P** : Pour ouvrir la recherche rapide de Profil Client.
3. **La touche TAB** : Utilisée pour passer d'un champ à l'autre lors de la saisie sans toucher à la souris, gagnant ainsi de précieuses secondes face à un client impatient.

MODULE 3 : Gestion des Profils

(Cardex) : La Mémoire de l'Hôtel

3.1. Ne jamais créer sans chercher d'abord

Une réservation ne commence jamais par une date, elle commence par un **Profil**. Avant de taper le nom d'un client pour créer un nouveau dossier, la règle d'or de l'Agent de Réservations est de **toujours chercher si le client existe déjà** dans la base de données.

Créer un "doublon" (Duplicate Profile) est une erreur grave. Si Monsieur Bennani est déjà venu 5 fois et que vous lui créez un nouveau profil vide, la réception l'accueillera comme un inconnu. Toute sa fidélité est effacée.

3.2. L'art du Dédoublonnage (Merge)

Si vous trouvez deux profils pour le même client (souvent parce que son prénom a été mal orthographié la fois précédente), vous devez utiliser la fonction **Merge (Fusion)** du PMS pour réunifier son historique sous un seul Profil Maître.

3.3. Renseigner les "Notes" et "Préférences"

Le profil contient des champs pour les préférences (Guest Preferences). Si un client vous dit au téléphone "Je suis très allergique aux plumes", vous ne devez pas écrire cela dans les commentaires de la réservation (qui s'effaceront au départ du client). Vous devez l'écrire dans les **Notes du Profil**. Ainsi, l'information sera sauvegardée à vie et appliquée automatiquement pour ses séjours dans 5 ans.

MODULE 4 : Recherche de Disponibilités : Lire la Grille d'Inventaire

4.1. L'Écran "Availability"

Lorsqu'un client demande une date, l'Agent ouvre l'écran de disponibilité. Cette grille croise les dates avec les catégories de chambres (Standard, Supérieure, Suite).

4.2. Comment interpréter les chiffres

- **Chiffre Positif (ex: 15)** : Il reste 15 chambres à vendre dans cette catégorie. La vente est libre.
- **Chiffre Zéro (0)** : La catégorie est complète. Il faut tenter un Upselling (proposer la catégorie supérieure) ou refuser la vente pour cette chambre précise.
- **Chiffre Négatif (ex: -2)** : L'hôtel est en surréservation (Overbooking) sur cette catégorie. Si l'Agent n'a pas l'autorisation explicite de son manager, il ne doit absolument pas vendre cette chambre.

4.3. Les Restrictions Visuelles

Le PMS affichera des codes couleurs ou des lettres pour indiquer les restrictions décidées par le Revenue Manager :

- **C (Closed) ou CTA (Closed to Arrival)** : La vente est fermée, ou les arrivées sont interdites ce jour-là.
- **M3 (MinLOS 3)** : Le système refusera votre saisie si vous essayez de vendre la chambre pour moins de 3 nuits.

MODULE 5 : Saisie d'une Réservation Individuelle (Étape par Étape)

5.1. Le parcours de saisie "Sans Faille"

L'Agent est en ligne avec le client. La chambre est disponible. Voici les étapes de saisie rigoureuses dans le PMS :

1. **Lier le Profil (Attach Profile)** : Sélectionner le profil du client (Guest) ET le profil de son entreprise (Company) s'il s'agit d'un voyage d'affaires.
2. **Saisir l'itinéraire (Itinerary)** : Renseigner les dates exactes d'arrivée et de départ.
3. **Définir l'occupation (Occupancy)** : Préciser le nombre d'adultes et d'enfants. *Attention : Une erreur ici faussera le nombre de petits-déjeuners à préparer pour le restaurant.*
4. **Sélectionner la Chambre et le Tarif (Room & Rate)** : Choisir le type de chambre (Ex: DBL) et le code tarifaire (Ex: BAR).
5. **Les Codes Marché/Source** : Obligatoire pour les statistiques (Voir Module 7).
6. **Paiement (Payment Method)** : Choisir si le séjour est garanti par carte de crédit, virement ou prise en charge société.

MODULE 6 : Sélection des Tarifs et Compréhension des Rate Codes

6.1. La jungle des prix

L'hôtel ne vend pas un seul prix, mais une multitude de tarifs. Dans le PMS, chaque tarif correspond à un **Rate Code (Code Tarifaire)**. Choisir le mauvais code est une faute grave qui impacte la facturation.

6.2. Les familles de Rate Codes

- **BAR (Best Available Rate)** : C'est le prix public du jour. Flexible. *Exemple de code : BAR24.*
- **NRF (Non-Refundable)** : Un tarif moins cher mais strict. Si l'Agent choisit ce code, le PMS imposera des règles de paiement immédiat et empêchera la modification gratuite. *Exemple de code : PROMONRF.*
- **CORP (Corporate)** : Les tarifs fixes négociés pour les entreprises. L'Agent ne doit jamais l'appliquer sans vérifier que l'entreprise est bien liée au dossier.
- **PACKAGES** : Des tarifs incluant des extras (Dîner, Spa). *Exemple de code : ROMANCE.* Le PMS séparera automatiquement l'argent de la chambre et l'argent du Spa pour la comptabilité.

MODULE 7 : L'Importance Critique des Codes Marché et Source

7.1. L'Agent, créateur de Data

L'une des missions les plus importantes de l'Agent est de renseigner les champs **Market Code** (Code Marché) et **Source Code** (Code Source) avant de sauvegarder une réservation. La Direction base toute sa stratégie financière sur ces données.

7.2. Différence entre Marché et Source

Code	Ce que l'Agent doit se demander	Exemples à sélectionner dans le menu déroulant
Market Code (Le Marché)	POURQUOI le client vient-il à l'hôtel ? Quel est son profil ?	FIT (Loisir Individuel), CORP (Affaires), GOV (Gouvernement), MICE (Groupe Séminaire).
Source Code (La Source)	COMMENT le client a-t-il réservé ? Par quel canal est-il passé ?	WEB (Site Officiel), OTA (Booking/ Expedia), DIR (Appel Téléphonique Direct), GDS (Agence Amadeus).

Exemple d'erreur classique : Un touriste américain réserve par téléphone. Si l'Agent met [Market: FIT] et [Source: WEB] parce qu'il a cliqué trop vite, le Directeur Marketing croira que le site web a généré une vente supplémentaire, ce qui est faux. La rigueur de l'Agent est indispensable.

MODULE 8 : Modifications, Annulations et Gestion des Dépôts

8.1. Le cycle de vie d'un dossier

Le travail de l'Agent de Réservation ne s'arrête pas à la création du dossier. Les clients rappellent constamment pour modifier leurs séjours.

8.2. Règle d'or de la Modification

Si un client décale son séjour de deux semaines, l'Agent ne doit pas créer une nouvelle réservation. Il doit **modifier l'existante** (Update / Amend). Cela permet de garder l'historique du dossier, le numéro de confirmation d'origine, et d'éviter les doublons ("Duplicate") qui faussent l'inventaire.

Attention : L'Agent doit toujours vérifier que le tarif n'a pas changé pour les nouvelles dates, et le préciser au client avant de valider.

8.3. La Gestion des Annulations et des Acomptes (Deposits)

Lorsqu'un client annule, l'Agent doit vérifier la "Cancellation Policy" (Politique d'annulation) liée au Rate Code.

- Si le délai gratuit est dépassé (ex: Annulation le jour même), l'Agent doit appliquer des **Frais d'annulation (Cancellation Fees)** et prélever la carte de garantie.
- Si le client avait versé un **Acompte (Deposit)**, l'Agent doit annuler le séjour mais s'assurer que l'acompte est conservé dans le système pour payer les frais, ou remboursé si l'annulation était dans les temps. Une erreur ici entraîne de graves problèmes comptables.

MODULE 9 : Gestion des Paiements et Garanties (VCC, Liens sécurisés)

9.1. Une réservation non garantie est une réservation fantôme

L'Agent a l'obligation de sécuriser l'aspect financier du dossier.

9.2. Les Cartes Virtuelles des OTA (VCC)

Lorsqu'un client prépaie sur Booking.com ou Expedia, la plateforme génère une **VCC (Virtual Credit Card)**. Cette carte fonctionne comme une carte normale, mais elle contient le montant exact net dû à l'hôtel, et elle n'est souvent "activable" que le jour de l'arrivée du client.

L'Agent de Réservation doit vérifier que la VCC est bien redescendue dans le PMS. Il ne doit pas tenter de la prélever à l'avance, sous peine de bloquer la carte pour "Fraude".

9.3. Les Liens de Paiement (PayByLink)

Conformément à la norme PCI-DSS de sécurité des données, l'Agent de Réservation n'a **pas le droit** de demander un numéro de carte bancaire en clair par e-mail. Il doit générer un lien crypté depuis l'interface bancaire de l'hôtel et

l'envoyer au client, qui paiera lui-même sur une page sécurisée. Une fois payé, le statut de la réservation dans le PMS est passé en "Garanti".

MODULE 10 : Le Tracing :

Communiquer les Demandes Spéciales au Front Office

10.1. Le PMS remplace les post-its

L'Agent de Réservation parle au client. Mais c'est le Réceptionniste et la Femme de chambre qui accueilleront le client. Pour que les promesses faites au téléphone soient tenues, l'Agent utilise les **Traces** (Tâches).

10.2. Comment Traliser (Tracing) ?

- **Trace FO (Front Office) :** *"Client paie en cash. Ne pas prélever la carte."* Le réceptionniste verra ce message en ouvrant le dossier à l'arrivée.
- **Trace HK (Housekeeping) :** *"Installer lit bébé (Cot) et serviettes supplémentaires."* Ce message s'imprimera sur le rapport matinal de la Gouvernante.
- **Trace F&B (Restauration) :** *"Livrer la bouteille de champagne pour anniversaire en chambre à 18h00."* Le Room Service sera informé.

Un Agent de Réservation qui oublie de mettre une Trace est directement responsable de la plainte du client à la réception.

MODULE 11 : Les Réservations de Groupes : Pick-up sur les Blocs (Allotements)

11.1. Séparer l'Individuel du Groupe

Lorsqu'un Tour Opérateur ou un groupe de mariage arrive, le PMS utilise la fonction **Business Block**. L'Agent ne doit pas créer 30 réservations individuelles. Il crée une "Coquille" qui retire 30 chambres de l'inventaire.

11.2. Le processus de "Pick-up" (Capture)

Une fois que l'organisateur envoie la Rooming List (Liste des noms) :

1. L'Agent ouvre le Bloc dans le PMS.
2. Il utilise la fonction "Pick-up" pour transformer une chambre du bloc (fictive) en une vraie réservation au nom de "Monsieur Dupont", liée au groupe.
3. Cette procédure assure que le tarif de groupe est respecté et que les instructions de facturation (Routage vers le T.O.) s'appliquent automatiquement à tous les membres du groupe.

MODULE 12 : L'Interconnexion (Channel Manager) : Gérer les Réservations Web

12.1. Les Réservations Fantômes

Aujourd'hui, une grande partie du travail de l'Agent consiste à superviser l'interface avec le **Channel Manager**. Quand un client clique sur "Réserver" sur Booking.com, le dossier "tombe" tout seul dans le PMS. C'est magique, mais parfois l'interface échoue (Interface Down).

12.2. Le traitement des erreurs d'interface

L'Agent de Réservation doit vérifier plusieurs fois par jour les logs d'erreurs. Si une réservation Booking.com n'arrive pas à entrer dans le PMS à cause d'un bug, l'Agent doit l'imprimer depuis l'extranet et la **saisir manuellement**. Sans cette vigilance, le client arrivera à l'hôtel et la réception lui dira "Nous n'avons aucune trace de vous", provoquant une crise majeure et un possible Surbooking.

MODULE 13 : Édition des Rapports et Préparation des Arrivées (Arrivals Check)

13.1. Le contrôle de conformité (J-2 ou J-3)

Un excellent Agent de Réservation n'attend pas l'arrivée du client pour découvrir les problèmes. Il anticipe. Chaque jour, l'Agent édite le **Rapport des Arrivées (Arrival Report)** pour le surlendemain.

13.2. La Checklist de l'Arrivals Check

L'Agent doit passer en revue chaque ligne :

- Les tarifs sont-ils cohérents ? (Pas de chambre Deluxe vendue au prix de la Standard par erreur).
- Les profils sont-ils propres ? (Pas de noms écrits en minuscules, pas de doublons).
- Les VIP ont-ils bien le code VIP attaché ?
- Les commentaires du client (Requests) ont-ils bien été transformés en Traces pour les autres départements ?
- Le paiement de la première nuit (Acompte) a-t-il bien été encaissé si le tarif l'exigeait ?

Ce travail de l'ombre de l'Agent est ce qui permet au Réceptionniste de sourire sereinement lors du Check-in.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La réservation avec Company Profile oublié

Contexte (Hôtel FAHO) : Vous recevez un appel d'un cadre de "TechMaroc" qui souhaite réserver une chambre pour mardi. Vous créez la réservation à son nom, et vous lui mettez manuellement le tarif négocié de 1000 MAD. Vous raccrochez. Le dossier semble parfait.

L'erreur et la Correction :

1. Vous avez oublié d'attacher le **Company Profile** (Profil de l'entreprise "TechMaroc") au dossier.
2. **Conséquence :** Le jour du départ, la facture sera au nom du client, et non au nom de la société. Le réceptionniste exigera que le client paie avec sa carte personnelle. À la fin de l'année, le nombre de nuitées produites par TechMaroc sera faux dans les statistiques.
3. **Correction immédiate :** Vous ré-ouvrez le dossier, cliquez sur "Attach Profile", cherchez "TechMaroc", et liez l'entreprise au client. Le système mettra automatiquement à jour le routage de la facture.

Cas N°2 : L'annulation Booking sans annuler le PMS

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client qui a réservé sur Booking.com vous appelle en direct : *"Mon vol est annulé, je ne viendrai pas ce soir."* L'Agent, compatissant, annule la réservation dans le PMS de l'hôtel (Status: Cancelled).

L'erreur et la Correction :

1. En annulant uniquement dans le PMS de l'hôtel, l'Agent a libéré la chambre pour l'hôtel, mais la réservation est toujours active (Confirmée) sur Booking.com.
2. **Conséquence** : À la fin du mois, Booking.com facturera 15% de commission à l'hôtel sur cette réservation "fantôme".
3. **Correction (SOP)** : L'Agent doit dire au client : *"Monsieur, puisque vous avez utilisé un intermédiaire, je vous invite à annuler la réservation directement sur votre compte Booking.com."* Si le client ne le fait pas, l'Agent doit aller sur l'Extranet de Booking.com et déclarer le client en "No-Show" pour annuler le prélèvement de la commission.

Cas N°3 : Le Tracing d'une demande VIP

Contexte (Hôtel FAHO) : Un couple vous envoie un e-mail pour réserver une Suite pour leur Lune de Miel. Ils paient immédiatement.

La Saisie Parfaite de l'Agent :

1. L'Agent crée la réservation dans le PMS.
2. Il ajoute le code "VIP Honeymoon" sur le profil du client.
3. Il crée une **Trace Housekeeping** pour le 15 mai à 10h00 : "Honeymoon setup : Cygnes en serviettes et pétales de roses".
4. Il crée une **Trace F&B** pour le 15 mai à 15h00 : "Honeymoon setup : Bouteille de champagne offerte et fraises au chocolat en chambre".
5. Il crée une **Alerte Réception** (Check-in) : "Féliciter chaleureusement les mariés dès leur arrivée au comptoir".

L'Agent vient de s'assurer que l'expérience client sera magique, sans quitter son bureau.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist d'Auto-Contrôle Quotidien

15.1. Un travail d'horloger

La réservation hôtelière est une mécanique de précision. Chaque clic dans le PMS a une répercussion financière ou opérationnelle. L'Agent des Réservations ne doit jamais céder à la précipitation, même si le téléphone sonne. La rigueur informatique prime toujours sur la vitesse.

15.2. Checklist de fin de service (Handover)

Avant de fermer sa session PMS et de quitter le bureau, l'Agent doit s'assurer que :

- [] Toutes les demandes de réservation (E-mails) de la journée ont été traitées ou répondues avec un e-mail d'attente.
- [] L'interface avec le Channel Manager (Booking, Expedia) ne présente aucune erreur de synchronisation (Pending reservations).
- [] Les "Traces" du jour (ex: envoyer un e-mail de pré-arrivée) ont toutes été exécutées et clôturées.
- [] Les appels téléphoniques problématiques ou les dossiers en attente de paiement ont été clairement notés dans le **Logbook** (cahier de transmission) pour que l'équipe de demain matin prenne le relais sans faille.

trainingcenter**in**

Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Outils & Technologies

Ce document est la propriété exclusive de trainingcenterin. Toute reproduction non autorisée est interdite.