

trainingcenterin

PROCÉDURES DE MODIFICATION DE RÉSERVATION

Manuel de Formation Opérationnelle - Agent des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Opérations PMS - Édition Complète (Version Longue)

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : La Modification, une Étape Clé du Cycle de Réservation
MODULE 2	Les Types de Modifications Courantes (Dates, Noms, Catégories)
MODULE 3	L'Impact Tarifaire d'une Modification (Recalcul et Rate Codes)
MODULE 4	Les Politiques Tarifaires et les Restrictions (Flexible vs NRF)
MODULE 5	La Modification des Réservations OTA (Booking.com, Expedia)
MODULE 6	Gérer les Modifications de Groupes (MICE) et Corporate
MODULE 7	Les Modifications de Paiement et de Facturation (Routing)
MODULE 8	Procédure de Saisie dans le PMS (Étape par Étape)
MODULE 9	La Communication avec le Client (Confirmation de Modification)
MODULE 10	La Communication Interne (Mise à jour des Traces HK, F&B, FO)

- MODULE 11** L'Upselling lors d'une Modification : Transformer le Changement en Opportunité
- MODULE 12** Gérer les Frustrations et les Refus de Modification (Méthode L.E.A.R.N)
- MODULE 13** Les Erreurs Communes de Modification et leurs Conséquences
- MODULE 14** Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO
- MODULE 15** Conclusion et Checklist de Modification

MODULE 1 : Introduction : La Modification, une Étape Clé du Cycle de Réservation

1.1. Rien n'est figé dans l'hôtellerie

Une réservation hôtelière est rarement un contrat figé jusqu'au jour de l'arrivée. Les aléas de la vie (vols retardés, réunions décalées, changements familiaux) poussent les clients à modifier leurs plans en permanence. Pour un **Agent de Réservations**, traiter une modification (*Amendment*) est une tâche aussi fréquente que de prendre une nouvelle réservation.

1.2. L'importance de la rigueur

La modification est l'étape où se produisent le plus d'erreurs informatiques. Si un Agent modifie les dates sans recalculer le tarif, l'hôtel perd de l'argent. Si un Agent crée une nouvelle réservation au lieu de modifier l'ancienne, il crée un "doublon" qui fausse l'inventaire et risque de générer un *No-Show* fantôme. La rigueur est le maître-mot.

MODULE 2 : Les Types de Modifications Courantes (Dates, Noms, Catégories)

2.1. Changement de Dates (Date Amendment)

C'est la modification la plus courante. Le client souhaite décaler son séjour, l'allonger (Extension) ou le raccourcir (Early Departure). L'Agent doit toujours vérifier la disponibilité (Inventory) sur les nouvelles dates **avant** de promettre quoi que ce soit.

2.2. Changement de Nom (Name Change)

Le client principal reste le même mais l'accompagnant change, ou une entreprise remplace un collaborateur par un autre. L'Agent doit mettre à jour le profil (Cardex) et s'assurer que la facturation reste correcte.

2.3. Changement de Type de Chambre (Room Type Change)

Le client souhaite passer d'une chambre Standard à une Suite (Upsell), ou inversement (Downsell). L'Agent doit :

- Vérifier la disponibilité de la nouvelle catégorie.
- Informer le client du nouveau tarif.
- Mettre à jour les "Traces" si des aménagements spécifiques (ex: lit bébé) doivent être déplacés dans la nouvelle chambre.

MODULE 3 : L'Impact Tarifaire d'une Modification (Recalcul et Rate Codes)

3.1. Le prix n'est jamais fixe (Dynamic Pricing)

Dans l'hôtellerie moderne, les prix changent tous les jours en fonction de l'occupation (Yield Management). Si un client a réservé une chambre à 1000 MAD pour le 15 mai, et qu'il souhaite la décaler au 20 mai, le prix du 20 mai pourrait être de 1500 MAD.

3.2. La Règle du Recalcul

Toute modification de date, de type de chambre ou de nombre de personnes **doit systématiquement entraîner une vérification du tarif du jour**. L'Agent ne doit jamais dire : *"C'est d'accord, j'ai changé vos dates"* sans avoir d'abord annoncé le nouveau prix.

"Monsieur Dubois, je vous confirme que nous avons de la disponibilité pour vos nouvelles dates. Cependant, le tarif en vigueur pour cette nouvelle période s'élève à 1500 MAD par nuit. Souhaitez-vous que je valide cette modification ?"

MODULE 4 : Les Politiques Tarifaires et les Restrictions (Flexible vs NRF)

4.1. Vérifier les conditions avant d'agir

L'Agent ne peut pas modifier n'importe quelle réservation. Le pouvoir de modification dépend du **Rate Code** (Code Tarifaire) choisi par le client lors de son achat initial.

4.2. Tarifs Flexibles (Best Available Rate)

Le client peut modifier ou annuler sans frais jusqu'à une date limite (ex: 24h avant l'arrivée). L'Agent procède à la modification, ajuste le prix si nécessaire, et envoie une nouvelle confirmation.

4.3. Tarifs Non-Remboursables (NRF / Advance Purchase)

Par définition, ces tarifs sont **non-modifiables et non-remboursables**. Le client a bénéficié d'une forte remise en échange de cette rigidité.

- **La posture de l'Agent** : Il doit refuser la modification avec diplomatie, en rappelant les conditions d'achat.
- **L'exception (Waiver)** : En cas de force majeure (décès, maladie grave) ou sur décision commerciale du Management, une dérogation peut être accordée. L'Agent doit obtenir l'approbation de son superviseur avant de modifier les dates.

MODULE 5 : La Modification des Réservations OTA (Booking.com, Expedia)

5.1. La règle d'or : "On modifie là où on a acheté"

Si une réservation a été faite sur Booking.com ou Expedia, l'Hôtel n'est pas le "propriétaire" du dossier. C'est l'OTA qui gère le contrat.

5.2. Les dangers d'une modification en direct

Si l'Agent modifie les dates d'une réservation Booking.com uniquement dans le PMS de l'hôtel, la plateforme OTA n'en saura rien. Résultat : l'hôtel paiera une commission sur les anciennes dates, et les statistiques seront fausses.

- **L'Action de l'Agent** : L'Agent doit éduquer le client : *"Monsieur, puisque votre réservation a été effectuée via Booking.com, je vous invite à procéder à la modification directement sur votre espace client Booking. Dès que vous validerez, notre système hôtelier se mettra à jour automatiquement."*
- **En cas d'urgence** : L'Agent peut se connecter à l'Extranet de l'OTA pour initier une demande de modification que le client devra approuver.

MODULE 6 : Gérer les Modifications de Groupes (MICE) et Corporate

6.1. Le Corporate : Gérer les contrats LRA/NLRA

Lorsqu'un client d'affaires (Corporate) modifie ses dates, l'Agent doit vérifier si la nouvelle date permet toujours l'application du tarif négocié de l'entreprise. Si l'entreprise a un contrat NLRA (Non-Last Room Availability) et que l'hôtel est presque plein à la nouvelle date, l'Agent peut être amené à refuser le tarif corporate et à proposer le tarif public (BAR).

6.2. Les Groupes : La gestion des "Wash" et "Add-ons"

Modifier un groupe ne se fait pas chambre par chambre, mais sur le **Master Block** (Le bloc principal).

- **Réduire le groupe (Wash) :** L'organisateur passe de 40 à 30 chambres. L'Agent doit libérer les 10 chambres dans le PMS pour qu'elles retournent dans l'inventaire public, et vérifier si des pénalités d'annulation partielle s'appliquent selon le contrat.
- **Agrandir le groupe (Add-on) :** L'Agent doit vérifier la disponibilité globale de l'hôtel avant d'ajouter des chambres au bloc.

MODULE 7 : Les Modifications de Paiement et de Facturation (Routing)

7.1. Le changement de payeur

Souvent, un client appelle pour dire : *"Finalement, ce n'est pas ma société qui paie, c'est moi avec ma carte personnelle."*

7.2. L'impact sur le PMS (Le Routing)

L'Agent doit immédiatement mettre à jour les instructions de facturation (Routing Instructions) dans le PMS.

1. Si l'entreprise devait payer (Window 1 pointée vers le City Ledger), l'Agent doit supprimer cette instruction.
2. Il doit rebasculer tous les frais (Chambre + Taxes) sur la fenêtre du client (Window 2).
3. S'il ne le fait pas, la réception enverra une facture à l'entreprise par erreur, créant un litige comptable majeur.

MODULE 8 : Procédure de Saisie dans le PMS (Étape par Étape)

8.1. La méthode "Zéro Erreur"

Une modification dans le PMS (ex: Opera) doit suivre une séquence stricte pour ne rien oublier.

8.2. Les Étapes d'une Modification (Update)

1. **Ouvrir la réservation existante** : Ne JAMAIS cliquer sur "New Reservation". Rechercher le dossier via le nom ou le numéro de confirmation.
2. **Vérifier les conditions (Rate Rules)** : Le tarif autorise-t-il la modification ?
3. **Changer le paramètre** : Date d'arrivée, date de départ, ou type de chambre.
4. **Rafraîchir le Tarif (Refresh Rate)** : Forcer le PMS à recalculer le prix pour les nouvelles dates.
5. **Mettre à jour les Traces** : Si l'arrivée était prévue mardi à 10h et qu'elle passe à jeudi, la *Trace* pour la femme de chambre doit être décalée au jeudi.
6. **Sauvegarder (Save)**.

MODULE 9 : La Communication avec le Client (Confirmation de Modification)

9.1. La trace écrite est obligatoire

Toute modification, même minime (ajout d'un lit bébé, changement d'une nuit), doit faire l'objet d'une confirmation écrite envoyée au client.

9.2. L'E-mail de Confirmation Modifiée (Amended Confirmation)

L'Agent doit générer depuis le PMS une nouvelle lettre de confirmation. Il est crucial que l'objet de l'e-mail indique clairement : **"MODIFICATION DE VOTRE RÉSERVATION"**.

L'e-mail doit faire apparaître le nouveau prix total (s'il a changé) pour éviter que le client n'arrive à la réception avec son ancien e-mail en exigeant l'ancien prix.

MODULE 10 : La Communication

Interne (Mise à jour des Traces HK, F&B, FO)

10.1. Ne pas briser la chaîne logistique

L'Agent de Réservation n'est pas le seul impacté par une modification. Le reste de l'hôtel doit suivre.

10.2. L'Audit des Traces

Si une réservation est modifiée :

- **Housekeeping (HK)** : Si le client a changé de type de chambre (d'une Double à une Twin), l'Alerte "Préparer lits séparés" doit être confirmée.
- **Restaurant (F&B)** : Si une bouteille de champagne était commandée pour le 15, et que le client décale au 16, l'Agent doit annuler le bon de commande du 15 et en recréer un pour le 16, sinon la bouteille sera livrée dans une chambre vide.
- **Conciergerie** : Si un transfert aéroport était prévu, l'Agent doit informer le Concierge du nouveau numéro de vol et de la nouvelle date.

MODULE 11 : L'Upselling lors d'une Modification : Transformer le Changement en Opportunité

11.1. Chaque contact est une opportunité de vente

Lorsqu'un client appelle pour modifier sa réservation, c'est l'occasion idéale pour l'Agent de faire de l'**Upselling** (montée en gamme).

11.2. Le Script d'Upselling

Le client appelle pour rajouter une nuit à son séjour.

L'Agent : *"C'est parfait Monsieur, j'ai bien ajouté la nuit du jeudi à votre dossier. Puisque votre séjour se prolonge, seriez-vous intéressé par un surclassement dans notre Suite Confort ? Elle vous offrira un espace salon séparé, idéal pour vous détendre sur ces trois jours, pour une différence de seulement 300 MAD par nuit."*

Le client, déjà dans une dynamique de modification et de dépense, est souvent plus réceptif à ce moment-là qu'au moment de sa réservation initiale.

MODULE 12 : Gérer les Frustrations et les Refus de Modification (Méthode L.E.A.R.N)

12.1. Le conflit tarifaire

Le client souhaite décaler ses dates, mais le nouveau tarif est 50% plus cher. Le client se met en colère et accuse l'hôtel de vol.

12.2. L'Application de la méthode L.E.A.R.N

1. **Listen (Écouter)** : Laisser le client exprimer sa frustration sans l'interrompre.
2. **Empathize (Empathie)** : *"Je comprends tout à fait votre surprise face à ce changement tarifaire, Monsieur."*
3. **Apologize (Excuses de courtoisie)** : *"Je suis navré que cette situation vous contrarie."*
4. **React (Réagir - Explication factuelle)** : *"Nos tarifs sont dynamiques et fluctuent en fonction de la forte demande sur cette nouvelle période estivale."*
5. **Notify (Alternative)** : *"Cependant, si vos dates sont flexibles, je peux vous proposer le week-end suivant où nous retrouvons exactement le tarif initial de votre réservation."*

MODULE 13 : Les Erreurs Communes de Modification et leurs Conséquences

13.1. Les pièges du PMS

L'Agent de Réservations doit être vigilant face à ces trois erreurs fatales :

L'Erreur lors de la Modification	Conséquence pour l'hôtel	La Parade (SOP)
Modifier un tarif NRF sans encaisser le supplément.	Le client paie le tarif de base, l'hôtel perd la plus-value de la nouvelle date.	Toujours envoyer un lien de paiement pour la différence tarifaire <i>avant</i> d'envoyer la confirmation.
Oublier de décaler les <i>Traces</i>.	Le lit bébé est installé le 12, le client arrive le 14. Plainte à la réception.	Faire un "Trace Audit" systématique à chaque changement de date.
Créer un Doublet au lieu de modifier.	Faux Overbooking. L'inventaire est bloqué deux fois pour le même client.	Ne jamais utiliser le bouton "New Reservation" si le client a déjà un numéro de confirmation.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : L'Urgence Médicale (Dérogation)

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client appelle. Il doit arriver demain sur un tarif Non-Remboursable (Booking.com), mais il vient d'être hospitalisé. Il demande à décaler son séjour à dans 3 mois.

Action de l'Agent :

1. Empathie absolue : *"La santé est la priorité."*
2. Règles : Le tarif est strict. L'Agent demande l'autorisation au Manager de faire une dérogation (Waiver).
3. Accord obtenu : L'Agent demande au client de fournir un justificatif médical. L'Agent informe le client qu'il doit demander la modification des dates via Booking.com, et que l'hôtel l'acceptera sans pénalités. L'Agent ajoute une *Trace* dans le PMS pour le suivi.

Cas N°2 : Le Corporate qui prolonge (Rate Code Conflict)

Contexte (Hôtel FAHO) : Un voyageur d'affaires (Tarif négocié à 1000 MAD) devait partir jeudi. Il appelle la réception le jeudi matin pour prolonger jusqu'à dimanche. L'appel est transféré aux Réservations.

Action de l'Agent :

1. L'Agent vérifie le contrat de la société : le tarif de 1000 MAD n'est valable qu'en

semaine (Lundi-Jeudi). Le week-end, la société n'a pas de tarif négocié.

2. L'Agent informe le client : *"Monsieur, je peux prolonger votre séjour. Cependant, le tarif de votre entreprise ne s'applique pas le week-end. Le tarif public pour ces deux nuits est de 1500 MAD."*

3. L'Agent modifie la réservation et s'assure de scinder les tarifs dans le PMS (Rate Split) : 1000 MAD jusqu'à jeudi, 1500 MAD pour vendredi et samedi.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist de Modification

15.1. La flexibilité structurée

Gérer les modifications exige de la souplesse commerciale et une rigidité informatique. L'Agent de Réservation doit toujours s'assurer que chaque changement fait l'objet d'une trace écrite, d'une mise à jour tarifaire et d'une communication avec les autres départements.

15.2. Checklist de l'Agent (La Modification Parfaite)

- [] Ai-je bien ouvert le dossier existant (Pas de doublon) ?
- [] Les conditions du tarif initial autorisent-elles cette modification ?
- [] Ai-je vérifié la disponibilité et recalculé le prix pour les nouvelles dates ?
- [] Ai-je informé le client de l'impact tarifaire et obtenu son accord ?
- [] Ai-je ajusté les *Traces* (Gouvernante, Restaurant) aux nouvelles dates ?
- [] Ai-je envoyé le nouvel e-mail de "Confirmation de Modification" ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Opérations PMS

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