



GESTION DES ERREURS DE RÉSERVATION

Manuel de Formation Opérationnelle - Agent des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Qualité & Gestion de Crise - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : L'erreur humaine face aux exigences de l'hôtellerie
MODULE 2	Typologie des erreurs : Dates, Noms, Tarifs et Occupation
MODULE 3	Les erreurs de Distribution : Channel Manager et OTA
MODULE 4	Les conséquences : Le Coût financier et opérationnel d'une erreur
MODULE 5	Détection proactive : L'importance de l'Arrivals Check (J-1)
MODULE 6	La méthode de résolution immédiate : Signaler, Corriger, Assumer
MODULE 7	L'erreur de Date : Le client arrive au mauvais moment
MODULE 8	La Discordance Tarifaire (Rate Discrepancy) : Justifier et Rectifier
MODULE 9	Le Doublon (Duplicate) : Faux Overbooking et nettoyage du PMS
MODULE 10	La perte de garantie : Cartes Invalides ou Acomptes non traités
MODULE 11	

Omission des requêtes spéciales : Lits bébés, allergies et Traces

MODULE 12 Gérer le client face à l'erreur : Transparence et Professionnalisme

MODULE 13 L'Empowerment : Savoir quand et comment dédommager

MODULE 14 Cas Pratiques Opérationnels de Crise à l'Hôtel FAHO

MODULE 15 Conclusion et Checklist "Zéro Erreur"

MODULE 1 : Introduction : L'erreur humaine face aux exigences de l'hôtellerie

1.1. L'inévitabilité de l'erreur

L'hôtellerie est une industrie de détails où la perfection est la norme attendue. Cependant, derrière chaque réservation se trouve un **Agent de Réservations**, un être humain traitant des dizaines de dossiers par jour sous pression, au téléphone ou par e-mail. L'erreur de saisie ou d'interprétation est inévitable.

Ce qui différencie un excellent agent d'un mauvais agent n'est pas l'absence d'erreurs, mais sa **capacité à les détecter en amont**, à les corriger rapidement, et à en assumer la responsabilité sans que le client n'en subisse les conséquences.

1.2. La culture de la transparence (No Blame Culture)

La dissimulation d'une erreur est plus grave que l'erreur elle-même. Un Agent qui se trompe de date et qui espère que "personne ne s'en rendra compte" déclenche une bombe à retardement pour la Réception. L'hôtel doit cultiver un environnement où l'Agent se sent en confiance pour signaler immédiatement un problème au Management.

MODULE 2 : Typologie des erreurs :

Dates, Noms, Tarifs et Occupation

2.1. Cartographie des erreurs de saisie

La majorité des erreurs proviennent d'une mauvaise utilisation du PMS (Property Management System) ou d'une inattention lors de l'appel téléphonique.

2.2. Les quatre grandes catégories

- **Les Erreurs de Dates** : Inversion des mois (ex: Juin au lieu de Juillet) ou erreur sur la date de départ (le client pensait partir le 15, l'agent a noté le 14).
- **Les Erreurs de Noms** : Faute de frappe (Gautier au lieu de Gauthier), ou création de doublons. Le client n'est pas reconnu à son arrivée.
- **Les Erreurs Tarifaires** : L'Agent vend un tarif Corporate à un client qui n'y a pas droit, ou oublie d'ajouter le supplément petit-déjeuner au tarif total.
- **Les Erreurs d'Occupation** : Saisir 1 adulte au lieu de 2 adultes. Conséquence : la literie, les serviettes et la taxe de séjour seront faussées.

MODULE 3 : Les erreurs de Distribution : Channel Manager et OTA

3.1. Quand la machine se trompe

L'Agent de Réservation n'est pas le seul à faire des erreurs. Le **Channel Manager**, l'outil qui relie le PMS aux agences en ligne (Booking.com, Expedia), peut subir des ruptures de synchronisation (Interface Down).

3.2. Les anomalies d'Interface

L'Agent doit savoir repérer ces anomalies quotidiennes :

- **Les Réservations Suspendues (Pending)** : Le client a réservé sur Booking, mais le dossier n'est pas "tombé" dans le PMS à cause d'un bug. L'Agent doit vérifier l'extranet et la saisir manuellement.
- **Les Annulations fantômes** : Le client annule sur Expedia, mais l'information ne redescend pas. La chambre reste bloquée dans l'hôtel.
- **Le "Mapping" défaillant** : Un client achète une "Chambre Double" sur Agoda, mais le système la fait tomber dans la catégorie "Suite" du PMS. L'Agent doit corriger la catégorie pour éviter un surclassement abusif.

MODULE 4 : Les conséquences : Le Coût financier et opérationnel d'une erreur

4.1. L'effet Papillon

Une simple case mal cochée par l'Agent des Réservations a des répercussions sur tous les départements de l'hôtel.

4.2. Analyse des coûts

L'Erreur Initiale (Réservations)	Impact Opérationnel	Impact Financier (Coût)
Oubli du lit bébé (Cot).	Gouvernante appelée en urgence à 23h. Client frustré à l'arrivée.	Petit-déjeuner offert pour compenser l'attente (200 MAD).
Mauvais tarif saisi (Sous-facturation).	Le réceptionniste facture le mauvais prix au Checkout.	Perte sèche pour l'hôtel (La différence n'est jamais récupérable).

L'Erreur Initiale (Réservations)	Impact Opérationnel	Impact Financier (Coût)
Entreprise (Company) non rattachée.	Refus de paiement du client, facture bloquée en réception.	Retard de paiement de la société, temps de travail administratif perdu.

MODULE 5 : Détection proactive :

L'importance de l'Arrivals Check (J-1)

5.1. Ne jamais attendre le client pour découvrir l'erreur

Le meilleur moyen de gérer une erreur est de la corriger avant que le client n'arrive physiquement à l'hôtel.

5.2. Le rituel de l'Arrivals Check

Chaque après-midi, l'Agent de Réservation imprime la liste des arrivées du lendemain et l'audite méticuleusement :

1. **Vérification des Tarifs** : Le prix correspond-il à la catégorie de la chambre ? (Si Suite = 500 MAD \$ ightarrow\$ Anomalie).
2. **Vérification des Garanties** : Les Cartes Virtuelles (VCC) sont-elles bien provisionnées ? Les acomptes sont-ils saisis ?
3. **Vérification des Profils** : Les noms sont-ils en majuscules ? Y a-t-il des doublons ?
4. **Vérification des Traces** : Les demandes spéciales (transfert, fleurs) ont-elles été envoyées aux bons départements ?

MODULE 6 : La méthode de résolution immédiate : Signaler, Corriger, Assumer

6.1. Réagir face à sa propre faute

L'Agent s'aperçoit qu'il a fait une erreur (ex: il vient de vendre la dernière chambre à deux clients différents par e-mail).

6.2. Le Protocole de Crise interne

- **Signaler** : Alerter immédiatement le Chef des Réservations. Ne jamais tenter de bidouiller le système seul en espérant cacher la faute.
- **Corriger le système** : Remettre les données exactes dans le PMS pour que l'inventaire soit juste.
- **Assumer face au client** : Contacter le client concerné. *"Monsieur, je vous appelle pour vous présenter mes excuses. Suite à une erreur de ma part lors de la saisie..."* L'honnêteté désarme souvent la colère du client bien mieux qu'un mensonge complexe.

MODULE 7 : L'erreur de Date : Le client arrive au mauvais moment

7.1. Le cauchemar du Front Desk

Un client se présente à 20h00 avec sa famille. Le réceptionniste ne trouve pas la réservation. Après recherche, il s'avère que la réservation est pour le mois suivant. Le client affirme avoir bien demandé la date d'aujourd'hui au téléphone.

7.2. Gestion par l'Agent de Réservation

Si l'erreur vient de l'Agent (vérifiable si l'appel est enregistré ou selon l'historique de saisie) :

- **Si l'hôtel a de la place** : L'Agent modifie les dates dans le PMS. Le client est installé immédiatement, avec les excuses de l'hôtel et souvent un geste commercial (surclassement).
- **Si l'hôtel est COMPLET** : C'est la pire situation. L'Agent (ou le Manager) doit organiser un **Relogement d'Urgence (Walk)**. L'hôtel réserve et paie une chambre dans un établissement voisin de même catégorie, ainsi que le taxi. La faute de l'Agent coûte très cher.

MODULE 8 : La Discordance Tarifaire

(Rate Discrepancy) : Justifier et Rectifier

8.1. Le litige financier

L'Agent a confirmé 1000 MAD au téléphone, mais l'e-mail de confirmation indique 1500 MAD, ou inversement. La règle hôtelière est implacable : **La trace écrite fait foi pour le client.**

8.2. Résolution de l'anomalie

Si le client a une confirmation écrite avec un prix inférieur à celui du système :

- L'hôtel **doit honorer** le prix affiché sur le document du client (sauf erreur informatique manifeste, comme 10 MAD au lieu de 1000 MAD).
- L'Agent de Réservation doit effectuer un **Rate Override** (Forçage tarifaire) dans le PMS pour ramener le prix à celui de la confirmation.
- Il doit obligatoirement ajouter une "Note" expliquant pourquoi le prix a été forcé, pour justifier cet écart au Directeur Financier en fin de mois.

MODULE 9 : Le Doublon (Duplicate) :

Faux Overbooking et nettoyage du PMS

9.1. L'inventaire pollué

L'Agent a créé une réservation pour "M. Dubois" le matin. L'après-midi, M. Dubois rappelle pour ajouter une nuit. L'Agent crée une *nouvelle* réservation au lieu de modifier l'ancienne. Il y a maintenant deux chambres bloquées pour une seule personne : c'est le Doublon.

9.2. Le processus de correction

Les doublons faussent les statistiques d'occupation et empêchent de vendre les dernières chambres.

1. Identifier les réservations suspectes (Même nom, mêmes dates).
2. Appeler le client pour vérifier s'il a réellement besoin de deux chambres ou s'il s'agit d'une erreur.
3. **Annuler la fausse réservation** dans le PMS avec le motif "*Duplicate*" pour libérer immédiatement l'inventaire.

MODULE 10 : La perte de garantie :

Cartes Invalides ou Acomptes non traités

10.1. L'oubli de sécurisation

L'Agent prend une réservation au tarif Non-Remboursable, mais oublie de débiter la carte ou d'envoyer le lien de paiement. Le jour de l'arrivée, le client ne vient pas (No-Show). L'hôtel tente de prélever la carte... elle est invalide.

10.2. Corriger le tir avant l'arrivée

Si l'Agent découvre cette erreur lors de son audit à J-2 :

- Contacter immédiatement le client : *"Monsieur, suite à une anomalie informatique, votre acompte n'a pas pu être prélevé. Afin de maintenir votre tarif promotionnel, merci de bien vouloir régulariser via ce lien sécurisé."*
- Ne jamais dire "J'ai oublié de vous prélever".

MODULE 11 : Omission des requêtes spéciales : Lits bébés, allergies et Traces

11.1. L'erreur invisible (Jusqu'au check-in)

Le client avait précisé : *"Ma femme est fortement allergique aux plumes."* L'Agent a dit "C'est noté", mais n'a créé aucune "Trace" dans le système pour la Gouvernante.

11.2. Rattraper la situation

Si le client découvre des oreillers en plumes en entrant dans sa chambre, la plainte sera sévère. Si la Réception appelle les Réservations pour comprendre :

- L'Agent doit assumer son oubli de transmission.
- Il doit faire intervenir le Housekeeping en urgence extrême (Code Rouge).
- Un geste d'excuse (ex: Assiette de fruits) doit être envoyé en chambre avec un mot signé par le service des réservations pour apaiser la situation.

MODULE 12 : Gérer le client face à l'erreur : Transparence et Professionnalisme

12.1. L'art de l'excuse

Lorsqu'un Agent doit annoncer une erreur à un client (ex: L'hôtel est fermé pour rénovation à ses dates, ou le prix était faux), l'approche détermine la réaction du client.

12.2. La communication de crise (L.E.A.R.N)

- **Ne pas minimiser** : Ce qui est une simple "faute de frappe" pour vous est un "voyage de noces gâché" pour lui.
- **Apporter la solution avant le problème** : *"Monsieur, je vous appelle suite à une erreur technique concernant la chambre Standard que vous avez réservée. Pour pallier cela, j'ai pris l'initiative de vous surclasser gratuitement en Suite."*
- **Éviter les excuses bidon** : Ne dites pas *"C'est la faute de l'ordinateur"*. Les clients détestent cette excuse. Dites : *"Il y a eu une erreur de traitement de notre côté."*

MODULE 13 : L'Empowerment : Savoir quand et comment dédommager

13.1. Réparer le tort

Dans l'hôtellerie de luxe, une erreur de l'hôtel doit souvent être compensée financièrement ou matériellement pour sauver la relation client (Service Recovery).

13.2. L'échelle des compensations

L'Agent de Réservation doit connaître les limites de ce qu'il peut offrir (Empowerment) sans demander au Directeur :

Gravité de l'Erreur	Exemple	Compensation appropriée
Légère	Demande de lit séparé oubliée, corrigée en 10 minutes.	Mot d'excuse + Boisson offerte au bar.
Moyenne	Type de chambre non respecté à l'arrivée (Downgrade).	Remboursement de la différence tarifaire + Petit-déjeuner offert.

Gravité de l'Erreur	Exemple	Compensation appropriée
Majeure	Surbooking. Client sans chambre (Walk).	Nuit payée dans l'autre hôtel + Taxi + Nuit gratuite pour un prochain séjour.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels de Crise à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La chambre annulée par erreur

Contexte (Hôtel FAHO) : L'Agent FAHO traite ses e-mails. Il clique sur "Annuler" sur le mauvais dossier (M. Dupont au lieu de M. Durant). Le lendemain, M. Dupont se présente, la réception ne trouve rien.

Résolution :

1. L'Agent (s'il est présent) ou le Chef de Réception doit chercher dans l'historique des "Cancellations".
2. On découvre la faute. L'hôtel est plein.
3. Le Manager doit immédiatement reloger le client (Walk) dans le palace d'à côté. L'Agent FAHO devra assumer son erreur de "Miss-click" lors du débriefing avec son manager. C'est l'erreur de saisie la plus grave.

Cas N°2 : Le problème du Tarif Corporate obsolète

Contexte (Hôtel FAHO) : L'Agent confirme un séjour à "TechMaroc" à 1000 MAD. Lors du Check-in, le système affiche 1500 MAD, car le contrat annuel de "TechMaroc" avait expiré la veille de l'appel, et l'Agent n'a pas vérifié la date de fin de validité du profil.

Résolution :

1. L'hôtel est en tort car la confirmation écrite affiche 1000 MAD.
2. L'Agent doit faire un *Rate Override* (Forçage à 1000 MAD) pour ce séjour.

3. L'Agent doit ensuite contacter "TechMaroc" : *"Nous avons honoré l'ancien tarif pour ce séjour exceptionnellement, mais notez que votre contrat est échu. Faisons le point pour le renouveler pour vos prochains séjours."*

MODULE 15 : Conclusion et Checklist

"Zéro Erreur"

15.1. La culture de la précision

Gérer les erreurs de réservation ne consiste pas à chercher un coupable, mais à comprendre pourquoi le processus a failli. Un Agent professionnel utilise ses propres erreurs comme des leçons pour renforcer sa vigilance lors de ses futures saisies.

15.2. La Checklist "Zéro Erreur" (Avant de valider un dossier)

L'Agent doit prendre 5 secondes pour effectuer ce balayage visuel de son écran PMS :

- [] Les DATES sont-elles logiques (Le mois de départ est-il supérieur ou égal au mois d'arrivée) ?
- [] Le TARIF saisi correspond-il exactement au tarif annoncé au client ?
- [] L'adresse E-MAIL ne contient-elle aucune faute de frappe évidente (ex: gmial.com) ?
- [] Les codes MARKET et SOURCE sont-ils bien renseignés ?
- [] Si l'entreprise paie, le COMPANY PROFILE est-il bien rattaché et le ROUTING activé ?
- [] Ai-je bien créé les TRACES nécessaires pour les demandes spéciales du client ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Qualité & Gestion de Crise

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