

trainingcenterin

GESTION DES DEMANDES SPÉCIALES CLIENTS

Manuel de Formation Approfondi - Responsable des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Expérience Client - Édition Complète (Version Longue)

Sommaire du Programme

MODULE 1	L'Enjeu des Demandes Spéciales dans l'Hôtellerie Moderne
MODULE 2	La Typologie et Catégorisation des Demandes
MODULE 3	Le Rôle du Responsable : Filtrer, Évaluer, Transmettre
MODULE 4	L'Art de dire "Oui" : Facturation vs Gratuité (Up-Selling)
MODULE 5	L'Art de dire "Non" avec Diplomatie et de Proposer des Alternatives
MODULE 6	Traitement des Demandes liées à la Santé et l'Accessibilité
MODULE 7	Gestion des Demandes VIP, Célébrations et Excentricités
MODULE 8	Les Outils Technologiques pour Sécuriser l'Information
MODULE 9	La Synergie Interdépartementale (Housekeeping, F&B, Concierge)
MODULE 10	Gestion des Plaintes Liées aux Demandes Non Satisfaites
MODULE 11	Cas Pratiques Approfondis de Gestion à l'Hôtel FAHO
MODULE 12	Conclusion et Mise en Place de Standard Operating Procedures (SOP)

MODULE 1 : L'Enjeu des Demandes Spéciales dans l'Hôtellerie Moderne

1.1. L'Ère de l'Ultra-Personnalisation

Le marché de l'hôtellerie a radicalement changé. Aujourd'hui, un lit confortable et une chambre propre ne sont plus des éléments différenciateurs, ce sont des prérequis exigés par tous les clients. Ce qui fait qu'un client choisit votre hôtel plutôt qu'un autre, et surtout, ce qui fait qu'il y revient, c'est la **personnalisation de son expérience**.

Les "Demandes Spéciales" (Special Requests) ne doivent plus être considérées par le département des réservations comme des "problèmes" ou des "caprices", mais comme de **formidables opportunités commerciales et de fidélisation**. Un client qui exprime une demande vous donne exactement le mode d'emploi pour le satisfaire.

1.2. L'impact sur la e-réputation et le RevPAR

La gestion des demandes spéciales a un impact financier direct. Un client dont la demande spéciale a été ignorée le sanctionnera presque toujours sur TripAdvisor ou Booking.com. Une baisse de la note globale de l'hôtel entraîne mécaniquement une baisse du **RevPAR** (car l'hôtel devra baisser ses prix pour compenser la perte d'attractivité).

À l'inverse, satisfaire une demande complexe engendre souvent un avis dithyrambique, qui agira comme un puissant aimant marketing pour de futurs clients prêts à payer plus cher pour un service d'excellence.

MODULE 2 : La Typologie et Catégorisation des Demandes

2.1. Structurer l'imprévisible

Les clients peuvent demander tout et n'importe quoi. Pour éviter la panique opérationnelle, le **Responsable des Réservations** doit apprendre à son équipe à catégoriser immédiatement la demande reçue afin d'appliquer le bon protocole.

2.2. Les 4 Grandes Catégories de Demandes

Catégorie	Exemples Typiques	Niveau de Complexité
1. Logistique & Chambres	Lits jumeaux, chambre fumeur, étage élevé, loin de l'ascenseur, Late Check-out, Early Check-in, vue spécifique.	Faible à Moyen. Gérable directement via le PMS (Room Assignment).
2. Événementielles & Célébrations	Lune de miel, anniversaire, demande en mariage, décoration florale, gâteau en chambre.	Moyen. Nécessite une coordination F&B et Housekeeping, et permet l'Up-Selling.

Catégorie	Exemples Typiques	Niveau de Complexité
3. Santé, Diététique & PMR	Allergies graves (arachide, gluten), chambre PMR (Personne à Mobilité Réduite), réfrigérateur pour médicaments.	Élevé (Risque Légal). Protocoles stricts obligatoires avec les cuisines.
4. Excentricités (Ultra-Luxe)	Marque d'eau spécifique introuvable, température de la chambre à 19°C exacts, tapis de yoga en soie, retrait de la TV.	Très Élevé. Nécessite l'intervention de la Direction, des Achats ou des Concierges Clefs d'Or.

MODULE 3 : Le Rôle du Responsable :

Filtrer, Évaluer, Transmettre

3.1. Le Filtre Décisionnel (Le Gatekeeper)

L'agent de réservation est le premier point de contact. Si le client fait sa demande via la case "Commentaires" de Booking.com ou par téléphone, c'est l'agent qui doit l'évaluer.

L'erreur fatale est de dire "Oui" à tout sans vérifier l'inventaire, ou de dire "Non" à tout par facilité. Le manager doit former son équipe à utiliser la matrice d'évaluation :

1. **Faisabilité Opérationnelle** : L'hôtel possède-t-il l'équipement demandé ? (Ex: Lit supplémentaire disponible ?).
2. **Coût** : La demande engendre-t-elle un coût pour l'hôtel ? Doit-on le répercuter sur le client ?
3. **Valeur du Client (LTV)** : Est-ce un VIP ? Un client fidèle ? Si oui, l'hôtel fera un effort financier et logistique supérieur.

3.2. Éviter la promesse toxique : "Sous réserve de disponibilité"

Une pratique très (trop) courante aux réservations est de répondre : *"Nous avons bien noté votre demande de lits jumeaux, elle sera satisfaite sous réserve de disponibilité le jour de votre arrivée."*

Pour le client, cette phrase signifie "Oui". S'il n'a pas ses lits jumeaux, il sera furieux. Le rôle du Responsable est d'obliger l'équipe à être tranchée : **soit on garantit (en bloquant la chambre), soit on refuse poliment et on propose une alternative immédiate.**

MODULE 4 : L'Art de dire "Oui" :

Facturation vs Gratuité (Up-Selling)

4.1. Ne pas tout offrir gratuitement

La ligne est fine entre l'hospitalité et la perte de revenus. Beaucoup de demandes spéciales sont en réalité des opportunités cachées de **Cross-Selling** ou d'**Up-Selling**.

4.2. Quand facturer une demande spéciale ?

- **Demande de Vue (Mer, Monument)** : Si un client a réservé une chambre standard (côté cour) et demande dans les commentaires "Je voudrais une belle vue sur la mer", l'agent ne doit pas l'offrir gratuitement s'il existe une catégorie payante "Chambre Vue Mer". L'agent doit le contacter : *"Je vois que vous souhaitez une vue mer. J'ai le plaisir de vous proposer un surclassement dans notre catégorie Deluxe Vue Océan pour un supplément de 400 MAD par nuit."*
- **Early Check-in / Late Check-out** : Avant 12h ou après 14h, ces demandes empêchent l'hôtel de vendre la chambre la veille ou le lendemain. Elles doivent être tarifées (ex: 50% du prix de la nuitée), sauf pour les membres haute-fidélité.

4.3. Quand offrir la gratuité (L'effet "Wow")

Il faut savoir offrir gracieusement lorsqu'il s'agit d'une **célébration** (Anniversaire, Lune de miel) ou d'un besoin **médical/familial**. Offrir un lit bébé, ou envoyer une petite part de gâteau avec une bougie ne coûte presque rien à l'hôtel, mais génère une immense reconnaissance qui se transformera en fidélité absolue.

MODULE 5 : L'Art de dire "Non" avec Diplomatie et de Proposer des Alternatives

5.1. L'interdiction du "Non" brut

Il arrive que l'hôtel soit physiquement incapable de répondre à une demande (ex: le client demande une chambre fumeur, mais l'hôtel est 100% non-fumeur par la loi). Dans le secteur de l'hospitalité, un "Non" sec est perçu comme une agression.

5.2. La règle du "Non, mais..." (Alternative Pitch)

Le Responsable des Réservations doit fournir des scripts de réponse (Templates) à son équipe pour toujours lier un refus à une solution alternative valorisante.

Demande impossible	Ce qu'il ne faut PAS dire	La réponse diplomatique (Alternative)
Chambre avec baignoire (Toutes les baignoires sont prises).	"Nous n'avons plus de baignoire disponible pour vos dates."	"Toutes nos chambres avec baignoire sont déjà réservées. En revanche, je vous ai pré-assigné une magnifique chambre équipée de notre douche à l'italienne effet 'pluie tropicale', très appréciée par nos clients pour la relaxation."
Check-in anticipé à 8h00 du matin (Hôtel complet la veille).	"Le check-in est à 15h, vous ne pouvez pas avoir la chambre avant."	"Votre chambre ne sera malheureusement pas prête à 8h. Toutefois, nous serons ravis de garder vos bagages en sécurité. Je vous invite également à profiter de notre Spa et de nos douches dès votre arrivée pour vous rafraîchir après votre vol, en attendant que je vous remette vos clés."

MODULE 6 : Traitement des Demandes liées à la Santé et l'Accessibilité

6.1. Une obligation légale et morale

Lorsqu'une demande touche à la santé d'un client, le département des Réservations ne gère plus du "confort", il gère de la sécurité. C'est le domaine où l'erreur est interdite, car les conséquences peuvent être dramatiques (choc anaphylactique, impossibilité de se doucher pour une personne en fauteuil).

6.2. Les Allergies Sévères (Protocole F&B)

Dès qu'un client signale une allergie (arachide, gluten, fruits de mer) lors de sa réservation :

1. L'agent inscrit l'information en **Alerte Rouge (Medical Alert)** dans le profil du client sur le PMS.
2. Un e-mail immédiat est envoyé au **Chef Exécutif** et au **Directeur de la Restauration**.
3. Si le protocole d'accueil VIP de l'hôtel prévoit des macarons ou des noix en chambre, le département Réservations doit envoyer une Trace à la Gouvernante pour modifier cet accueil standard et le remplacer par des fruits entiers non coupés.

6.3. Les Personnes à Mobilité Réduite (PMR)

Une demande pour une "Chambre accessible" doit déclencher le blocage immédiat (Hard Block) de la chambre spécifique certifiée PMR dans le PMS. L'agent ne doit jamais laisser cette réservation "flottante" (Floating reservation) sous peine qu'un autre réceptionniste ne donne la chambre à un client valide par erreur.

MODULE 7 : Gestion des Demandes

VIP, Célébrations et Excentricités

7.1. Le traitement des Célébrations

Lorsqu'un client réserve pour une lune de miel ou un anniversaire, il attend de la magie. Le Responsable des Réservations orchestre cette magie.

- **L'Up-sell Émotionnel** : C'est le moment idéal pour vendre une bouteille de Champagne ou un soin en duo au Spa.
- **Le "Complimentary" (Le gratuit)** : Si le client ne veut rien acheter en plus, l'hôtel doit quand même marquer le coup. L'agent saisit un code "Honeymoon" dans le PMS qui déclenchera automatiquement la préparation par les étages d'un cygne en serviettes sur le lit et d'une carte manuscrite de la Direction.

7.2. Les Excentricités de l'Ultra-Luxe (Le "Rider")

Dans l'hôtellerie 5 étoiles, les agents de réservation reçoivent souvent des **Riders** (Cahiers des charges) de la part des assistants de célébrités ou de grands PDG.

Exemples : Retirer tout l'alcool du minibar, installer un vélo d'appartement, ne fournir que de l'eau de la marque Voss, régler la climatisation exactement à 19°C avant l'arrivée.

Le Responsable des Réservations ne dit jamais non. Il chiffre le coût de ces demandes, valide leur faisabilité avec la Maintenance et le F&B, les facture au client, et organise un **Briefing spécial** la veille de l'arrivée avec tous les chefs de départements pour s'assurer que chaque détail a été exécuté.

MODULE 8 : Les Outils

Technologiques pour Sécuriser l'Information

8.1. Le Cimetière des Post-its

La plus grande cause de défaillance dans les demandes spéciales est la perte d'information. Un client appelle, l'agent écrit "Lit bébé" sur un post-it, le jette, et oublie de le saisir dans l'ordinateur. Le client arrive, il n'y a pas de lit, le séjour est ruiné.

8.2. Maîtriser le PMS pour les requêtes

Le Responsable des Réservations doit imposer une hygiène technologique absolue :

- **Les "Traces" ou "OXI Tasks"** : Toute demande logistique doit être transformée en "Trace" rattachée au bon département (Housekeeping, F&B, Concierge) pour une date précise.
- **Les "Alerts"** : Utilisées pour les messages qui doivent obligatoirement "sauter aux yeux" du réceptionniste lors du check-in. (Ex: *"ALERTE : Souhaiter un joyeux anniversaire à Madame"*).
- **Le "Profile Notes"** : Si le client demande des oreillers synthétiques car il est allergique aux plumes, cette donnée ne doit pas être mise sur la réservation,

mais sur le **Profil du Client**. Ainsi, l'information sera sauvegardée à vie, et appliquée automatiquement lors de ses séjours les années suivantes.

MODULE 9 : La Synergie

Interdépartementale (Housekeeping, F&B, Concierge)

9.1. Les Réservations ne peuvent rien faire seules

Accepter une demande spéciale, c'est facile. La réaliser demande les bras et les jambes des autres départements de l'hôtel. Le Responsable des Réservations doit maintenir d'excellentes relations avec les autres chefs de service.

9.2. Les Réunions de Synchronisation

- **Le BEO Meeting (Banquet Event Order) :** Si une demande spéciale concerne un groupe (ex: Dîner privé sans gluten pour 20 personnes), le département réservation rédige une "Feuille de Fonction" (BEO) qui sera signée par le Chef de cuisine pour s'assurer de sa bonne compréhension.
- **Le Morning Briefing (La réunion du matin) :** Chaque matin à 9h00, le Responsable des Réservations lit la liste des arrivées du jour devant les autres chefs de service et souligne les demandes spéciales critiques.
"Attention Gouvernante, la chambre 302 a demandé des fleurs rouges, et la chambre 415 doit être nettoyée avec des produits sans odeur chimique."

MODULE 10 : Gestion des Plaintes

Liées aux Demandes Non Satisfaites

10.1. Quand la promesse est brisée

Malgré tous les efforts, des ratés surviennent. Le client a demandé un lit double, et se retrouve dans une chambre avec des lits jumeaux (Twin). La frustration du client sera décuplée s'il a une confirmation écrite de sa demande.

10.2. Le processus de "Service Recovery"

Si la plainte remonte aux Réservations (souvent le lendemain matin ou par e-mail après le départ), le Responsable doit appliquer une procédure stricte :

1. **Assumer** : Ne jamais dire *"C'est la faute de la femme de chambre"* ou *"Vous aviez réservé sur Booking, pas chez nous"*. L'hôtel est une entité unique. *"Monsieur, je vous présente mes plus sincères excuses au nom de tout l'établissement."*
2. **Corriger instantanément** : Si le client est encore dans l'hôtel, faire changer la chambre immédiatement ou envoyer le lit supplémentaire dans la minute, accompagné d'une attention (Corbeille de fruits) pour s'excuser de la gêne.
3. **Compenser** : Si la demande était payante (ex: Vue Mer non attribuée), rembourser le supplément **immédiatement** sans discuter, et offrir le petit-déjeuner pour effacer la mauvaise expérience.

MODULE 11 : Cas Pratiques

Approfondis de Gestion à l'Hôtel

FAHO

Cas N°1 : La Mariée anxieuse (Coordination Extrême)

Contexte (Hôtel FAHO) : Une mariée réserve la Suite Nuptiale pour sa nuit de noces. Elle demande par e-mail : un check-in à 10h00 du matin pour s'y préparer avec sa maquilleuse, l'autorisation de faire venir un photographe dans le lobby, et un départ tardif à 16h00 le lendemain.

Gestion Stratégique par le Responsable :

1. Le Responsable évalue la demande : Forte charge émotionnelle, fort potentiel de recommandation sociale (photos Instagram), mais cauchemar logistique pour le Housekeeping.
2. **Validation** : Le Responsable bloque (Hard Block) la Suite la veille de l'arrivée (perte d'une nuit de vente) pour garantir que la chambre sera propre à 10h00 du matin. Il valide le photographe avec la Sécurité.
3. **Up-selling** : Il facture la nuit de la veille à -50% pour compenser la perte sèche, ce que la mariée accepte avec soulagement pour garantir sa tranquillité.
4. **L'Exécution** : Il place une Trace "HONEYMOON" pour que les étages préparent le lit avec des pétales le soir même pendant que les mariés sont à la réception.

Cas N°2 : Le client Expedia exigeant (Conflit de catégorie)

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client réserve la chambre "Standard Côté Rue" (la moins chère) sur Expedia. Dans la case "Commentaire", il écrit : *"C'est mon anniversaire, je veux une chambre vue piscine, au calme, avec un grand balcon."* Cette chambre correspond en réalité à la catégorie "Deluxe", qui coûte 600 MAD plus cher.

Gestion Stratégique par le Responsable :

1. Interdiction de dire oui. Si l'hôtel accepte, il perd 600 MAD et habitue le client à acheter le produit le moins cher pour exiger le plus cher.
2. L'agent de réservation le contacte proactivement par e-mail. *"Cher Monsieur, nous avons bien noté votre demande. Nous serons ravis de vous attribuer une chambre très calme de la catégorie Standard que vous avez réservée. Concernant la vue piscine et le balcon, ces attributs correspondent à notre catégorie Deluxe. Pour célébrer votre anniversaire, j'ai le plaisir de vous proposer ce surclassement à un tarif préférentiel de +300 MAD par nuit au lieu de +600 MAD. Souhaitez-vous que je valide cette magnifique chambre pour vous ?"*

Cas N°3 : L'allergie oubliée (Gestion de Crise)

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client a envoyé un e-mail 1 mois à l'avance signalant qu'il est coeliaque (intolérance stricte au gluten). L'agent a répondu *"C'est noté"*, mais n'a pas mis l'Alerte dans le système ni prévenu le Chef. Au petit-déjeuner le jour J, il n'y a pas de pain sans gluten. Le client fait un scandale, il est à jeun et stressé pour sa santé.

Résolution par le Responsable :

1. Le Responsable est appelé au restaurant. Il ne blâme pas son agent devant le client.
2. Il s'excuse platement pour cette faille de sécurité inacceptable. Il demande au Chef d'improviser immédiatement un plat chaud sans gluten (œufs, fruits, etc.).
3. Il mandate un chauffeur de l'hôtel pour aller acheter du pain sans gluten dans une boulangerie spécialisée de la ville dans l'heure, pour les petits-déjeuners suivants du client.
4. Il offre les petits-déjeuners de tout le séjour. Le client, voyant que l'hôtel a déplacé des montagnes pour corriger l'erreur, sera rassuré et reconnaissant.

MODULE 12 : Conclusion et Mise en Place de Standard Operating Procedures (SOP)

12.1. Transformer l'exception en standard

L'excellence dans un hôtel ne doit pas dépendre de la bonne humeur d'un agent. Elle doit être procédurée. Le but du Responsable des Réservations est de transformer la gestion des demandes spéciales en un "process" industriel infaillible, qui garantit que 100% des promesses seront tenues, tout en gardant une apparence de chaleur humaine ("Hospitality").

12.2. Plan d'Action Managérial

Le Responsable des Réservations doit rédiger et afficher dans le back-office le **Manuel des SOPs des Demandes Spéciales** :

- **SOP 1 - Les VIP** : Définir précisément ce qu'est un VIP 1, 2 et 3, et lister les attentions automatiques associées. (Qui doit signer la carte de bienvenue ? Quel type de fruit doit être en chambre ?).
- **SOP 2 - L'Extranet OTA** : Obliger l'équipe du matin à "nettoyer" la boîte de réception Booking.com avant 11h00, et vérifier chaque champ "Commentaire" des réservations de la nuit.
- **SOP 3 - Le "Trace Check"** : Instaurer l'impression obligatoire du rapport des Traces PMS à 16h00 pour le lendemain, vérifier qu'elles ont toutes un sens, et les distribuer lors de la réunion de fin de journée avec les autres départements.

trainingcenterin

Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Expérience Client

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