

trainingcenterin

ORGANISATION D'UN ÉTABLISSEMENT HÔTELIER

Manuel de Formation Spécialisé - Responsable des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Organisation et Synergie - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	L'Écosystème Hôtelier : Une Horlogerie de Précision
MODULE 2	Le Front Office (Réception) : Le Relais de la Promesse
MODULE 3	Le Housekeeping (Étages) : L'Usine de Production
MODULE 4	Le Département Food & Beverage (F&B) : Créateur de Packages
MODULE 5	Revenue Management & Yield : Le Pilote de la Stratégie
MODULE 6	Sales & Marketing : La Négociation des Contrats B2B
MODULE 7	La Comptabilité et le Night Audit : Le Contrôle des Flux
MODULE 8	Le Service Technique (Maintenance) : La Gestion de l'Inventaire
MODULE 9	Ressources Humaines : Anticiper grâce au Forecast
MODULE 10	Synergie et Outils de Communication Interdépartementale
MODULE 11	Cas Pratiques : Scénarios Inter-Services à l'Hôtel FAHO

MODULE 1 : L'Écosystème Hôtelier : Une Horlogerie de Précision

1.1. L'Hôtel, une entreprise décloisonnée

Un hôtel est un écosystème complexe où chaque département est interdépendant. Historiquement, l'hôtellerie fonctionnait en "silos" (la réception ignorait le travail des cuisines, les réservations ignoraient le travail des étages). Aujourd'hui, cette approche est révolue.

Le **Responsable des Réservations** se trouve au cœur de cet écosystème. Il est le point de départ du parcours client (Customer Journey). L'information qu'il récolte et enregistre va déclencher le travail de tous les autres services.

1.2. Pourquoi le Réservataire doit-il connaître tous les services ?

Pour vendre correctement un produit, il faut savoir comment il est fabriqué et distribué. Si le responsable des réservations vend un "Early Check-in" à 8h00 du matin, il doit savoir que cela impacte directement la charge de travail du *Housekeeping* et l'organisation du *Front Office*.

- Il vend non pas des chambres, mais des **capacités opérationnelles**.
- Il doit ajuster ses ventes en fonction des contraintes techniques de l'hôtel (ex: si l'ascenseur de l'aile sud est en panne, il doit bloquer les réservations pour les PMR).

MODULE 2 : Le Front Office (Réception) : Le Relais de la Promesse

2.1. La frontière entre Réservation et Réception

Le service de Réservation "vend la promesse" (tarifs, chambre avec vue, lit bébé). Le Front Office (Réception, Conciergerie, Bagagistes) "délivre la promesse". Si la communication échoue entre les deux, l'expérience client est brisée dès l'arrivée.

2.2. L'attribution des chambres (Room Assignment)

Le service réservation vend souvent des *catégories* de chambres (Standard, Supérieure, Suite). C'est généralement la réception (ou le Chef de Réception) qui procède à l'attribution physique (choix du numéro de chambre exact) la veille de l'arrivée.

COMMUNICATION ESSENTIELLE VERS LE FRONT OFFICE :

- **Traces et Alertes** : Le responsable des réservations utilise le PMS pour laisser des notes ("Attention: Client mécontent lors de son dernier séjour, offrir un surclassement").
- **Estimations d'Heures d'Arrivée (ETA)** : Vitales pour que la réception sache comment gérer le rush.
- **Traitement des VIP** : Transmission du statut VIP pour déclencher les protocoles d'accueil (Check-in en chambre, coupe de champagne).

MODULE 3 : Le Housekeeping (Étages) :

L'Usine de Production

3.1. L'inventaire hôtelier = Chambres Propres

Le département Réservations vend un inventaire, mais c'est le Housekeeping (Gouvernante Générale, Femmes de Chambre, Équipiers) qui "fabrique" cet inventaire chaque jour en nettoyant les chambres.

Le Responsable des Réservations doit comprendre la charge de travail des étages. Une chambre met entre 30 et 45 minutes à être nettoyée. Un départ (Check-out) prend plus de temps qu'une recouche (Stay-over).

3.2. Interactions Réservations / Étages

Action Réservation	Impact Housekeeping
Vente d'un "Early Check-in"	La gouvernante doit prioriser le nettoyage de cette chambre en premier le matin.
Vente d'un "Late Check-out"	La femme de chambre ne pourra pas nettoyer cette chambre avant 14h ou 16h, ce qui désorganise son planning.
Demandes Spéciales (Twin beds, Lit bébé)	L'équipe des étages doit déplacer du mobilier. L'information doit être donnée à J-1 minimum.

MODULE 4 : Le Département Food & Beverage (F&B) : Créateur de Packages

4.1. L'intégration du F&B dans la vente de chambres

Le département Food & Beverage (Directeur de la Restauration, Chefs, Maîtres d'hôtel) gère les restaurants, bars, banquets et le room-service. Le Responsable des Réservations interagit avec ce service pour créer et vendre des **Packages** (Forfaits).

4.2. La gestion de la Demi-Pension et Soirées Étapes

Lorsqu'un client réserve une chambre avec le petit-déjeuner et le dîner inclus (Demi-pension ou Half-Board), le département réservation doit s'assurer que le PMS "route" correctement ces revenus vers le restaurant.

PRÉVISIONS ET COMMANDES (FORECAST F&B)

Le Chef de Cuisine a besoin du rapport "Forecast" du responsable des réservations pour commander sa marchandise. Si le responsable des réservations anticipe 150 clients pour le week-end prochain, la boulangerie doit être prévenue pour les croissants. Une erreur de prévision génère un gaspillage alimentaire ou une rupture de stock.

MODULE 5 : Revenue Management & Yield :

Le Pilote de la Stratégie

5.1. Le duo stratégique

Dans un grand hôtel, le Revenue Manager (RM) décide de la stratégie tarifaire globale, et le Responsable des Réservations l'applique. Dans les hôtels moyens, c'est souvent la même personne.

Le RM analyse les tendances du marché, l'historique, et la concurrence pour dicter à quel prix vendre la chambre aujourd'hui. Il gère l'optimisation des revenus.

5.2. Outils de collaboration

- **Fermeture de tarifs (Close to Arrival / Minimum Length of Stay)** : Le RM demande au service réservation de ne plus accepter de séjours d'une seule nuit lors d'un gros concert.
- **Overbooking** : Le RM calcule mathématiquement combien de chambres supplémentaires peuvent être vendues au-delà de la capacité de l'hôtel (en anticipant les annulations). Les réservations l'exécutent.

MODULE 6 : Sales & Marketing : La Négociation des Contrats B2B

6.1. Qui fait quoi ?

Le service commercial (Sales) est sur le terrain : il démarché des entreprises, des agences de voyage et des tours opérateurs pour signer des contrats annuels avec des prix fixes (Tarifs Corporate).

Le service réservation reste à l'hôtel : il réceptionne les appels ou les e-mails de ces entreprises et charge les réservations dans le PMS en utilisant les codes tarifaires négociés par le service commercial.

6.2. Allotissements et Groupes

Lorsqu'un commercial signe un congrès, il "bloque" 50 chambres (Allotment) dans le système. Le Responsable des Réservations prend ensuite le relais logistique : il collecte la "Rooming List" (liste des noms), gère les annulations individuelles au sein du groupe, et veille au respect de la *Cut-off Date* (date de relâche des chambres invendues).

MODULE 7 : La Comptabilité et le Night Audit

: Le Contrôle des Flux

7.1. L'exactitude pour la comptabilité

Le département comptabilité paie les fournisseurs, encaisse les clients et reverse la TVA. Pour ce faire, il dépend entièrement des données saisies par le Responsable des Réservations.

7.2. Le rôle du Night Audit (Audit de nuit)

Le Night Auditor est le contrôleur de gestion nocturne. Il vérifie que le travail de l'équipe de réservation est correct :

- Les acomptes (Deposits) prélevés ont-ils bien été enregistrés ?
- Le prix saisi correspond-il au prix affiché sur la confirmation Booking.com ?
- L'adresse de facturation de l'entreprise est-elle correcte pour que la comptabilité puisse envoyer la facture (City Ledger) ?

MODULE 8 : Le Service Technique (Maintenance) : La Gestion de l'Inventaire

8.1. La maintenance des chambres

Le service technique (Ingénieur en chef, électriciens, plombiers) garantit que le produit vendu est fonctionnel.

Le Responsable des Réservations doit être informé en temps réel des pannes graves. Si la climatisation de tout le 5ème étage tombe en panne, le service technique prévient la réception et les réservations.

8.2. Les statuts OOO et OOS

- **OOO (Out Of Order - Hors Service)** : La chambre est invendable (fuite d'eau massive). Le Responsable des Réservations la retire de son inventaire (l'hôtel passe de 100 à 99 chambres vendables). Cela impacte le RevPAR.
- **OOS (Out Of Service - Hors Vente)** : La chambre a un petit défaut (télévision en panne). Elle n'est pas vendue en priorité, mais peut l'être en cas de surbooking si on prévient le client. Elle reste dans l'inventaire total.

MODULE 9 : Ressources Humaines :

Anticiper grâce au Forecast

9.1. L'impact des réservations sur l'emploi

L'hôtellerie est une industrie de main-d'œuvre. L'effectif nécessaire dépend directement du volume de clients attendu. Le document clé est le **Forecast (Prévisions d'activité)**, généré par le Responsable des Réservations et le Revenue Manager.

9.2. L'élaboration des plannings (Rostering)

Chaque semaine, tous les chefs de département (Gouvernante, Chef de cuisine, Chef de réception) lisent le Forecast des réservations pour planifier les horaires (Rosters) de leurs équipes de la semaine suivante.

Exemple : Si les réservations prévoient 90% d'occupation avec 50 départs le mardi matin, la Gouvernante planifiera 6 femmes de chambre. Si les réservations se trompent et que l'hôtel n'est rempli qu'à 40%, l'hôtel perdra de l'argent en ayant payé du personnel inutile.

MODULE 10 : Synergie et Outils de Communication Interdépartementale

10.1. Le Morning Briefing (Réunion matinale)

Chaque matin (souvent à 9h00), les chefs de département se réunissent. Le Responsable des Réservations joue un rôle central :

- Il annonce l'occupation de la nuit passée, de la nuit à venir et de la semaine.
- Il signale les groupes arrivant, les VIP, et les annulations de dernière minute.
- Il écoute les retours opérationnels (ex: La Gouvernante prévient qu'elle a beaucoup de malades, il faut limiter les ventes d'early check-in).

10.2. Les Outils Numériques

La communication informelle ne suffit pas. Le responsable utilise des outils structurés :

- **PMS (Property Management System)** : Traces, commentaires, alertes.
- **Group Resume (Fiche de fonction)** : Un document distribué à tous les services listant heure par heure l'emploi du temps d'un groupe (Heure d'arrivée des bagages, heure du repas, heure de départ).

MODULE 11 : Cas Pratiques : Scénarios Inter-Services à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : Le surclassement en chaîne (Up-selling)

Contexte (Hôtel FAHO) : L'agent de réservation réussit un superbe "Up-sell" par téléphone : un client a payé 500 MAD de plus pour passer d'une Standard à une Suite Romantique, demandant du champagne et un départ tardif à 16h.

Impacts interdépartementaux :

1. **Réception** : Doit préparer une pochette VIP et l'accueillir chaleureusement.
2. **Housekeeping** : Doit savoir que la Suite doit être prête à 14h, et surtout qu'elle ne pourra pas être nettoyée avant 16h le jour du départ.
3. **F&B (Room Service)** : Doit préparer la bouteille de champagne avec les verres et l'installer en chambre avant l'arrivée.
4. **Comptabilité** : Doit s'assurer que les 500 MAD supplémentaires sont bien facturés en Hébergement, et le Champagne en F&B.

Cas N°2 : La panne d'ascenseur un jour de groupe

Contexte (Hôtel FAHO) : Le service technique vous informe à 10h00 que l'ascenseur principal est en panne et ne sera réparé que demain. Un groupe de 40 personnes âgées arrive à 15h00.

Gestion par le Responsable des Réservations :

1. En coordination avec la réception, il faut modifier la *Rooming List* d'urgence.
2. Transférer les clients du groupe (initialement prévus au 4ème étage) vers les chambres du rez-de-chaussée et du 1er étage.
3. Reloger les clients individuels (qui peuvent prendre les escaliers) dans les étages

supérieurs.

4. S'assurer que le service des bagagistes (Conciergerie) soit renforcé pour monter les valises à pied.

Cas N°3 : Le congrès médical annulé

Contexte (Hôtel FAHO) : Un gros congrès annule son événement un mois à l'avance. Le Forecast de l'hôtel passe brusquement de 95% à 30% d'occupation pour cette semaine-là.

Action du Responsable des Réservations :

1. Avertir immédiatement le Directeur, le F&B et la Gouvernante : Inutile de commander des stocks de nourriture excessifs ou de faire appel à des extras (intérimaires) pour cette période.
2. Avertir le service Commercial (Sales) : Ils doivent relancer leurs contacts urgemment pour essayer de trouver un autre groupe de substitution.
3. Appliquer la stratégie Revenue : Réouvrir les canaux de vente (Booking, Expedia) avec des tarifs très agressifs pour stimuler la demande de dernière minute.

trainingcenterin

Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Opérations Hôtelières

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