

trainingcenterin

UTILISATION DES PMS HÔTELIERS

Manuel de Formation Approfondi - Responsable des
Réservations

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

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

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction aux PMS (Property Management Systems) et Évolution
MODULE 2	L'Architecture du PMS et la Navigation de Base
MODULE 3	Gestion Avancée des Profils (Cardex) et Historique Clients
MODULE 4	Saisie et Modification des Réservations Individuelles (FIT)
MODULE 5	Paramétrage Tarifaire (Rate Codes) et Yield Management Intégré
MODULE 6	Création et Gestion Complexe des Blocs Groupes (Allotments)
MODULE 7	Routage (Routing), Fenêtres de Facturation et City Ledger
MODULE 8	Les Interfaces : Channel Manager et Moteur de Réservation
MODULE 9	Outils de Communication Interne (Traces, Alerts, Messages)
MODULE 10	Reporting, Statistiques et Pilotage du Forecast via le PMS
MODULE 11	Cas Pratiques Approfondis de Manipulation à l'Hôtel FAHO

MODULE 12 Conclusion et Plan d'Action pour le Responsable

MODULE 1 : Introduction aux PMS

(Property Management Systems)

1.1. Le Cerveau de l'Hôtel

Le **PMS (Property Management System)** est le système d'information central, le véritable cerveau numérique de l'hôtel. Historiquement limité à un simple tableau électronique pour la gestion des arrivées et départs (Front Office), il est aujourd'hui une plateforme tentaculaire qui orchestre les réservations, la facturation, les profils clients, l'entretien des chambres, la gestion des points de vente (POS) et la comptabilité.

Pour le **Responsable des Réservations**, le PMS est l'outil de travail principal. Une parfaite maîtrise de ce logiciel permet d'optimiser le chiffre d'affaires, de prévenir les erreurs de facturation souvent coûteuses, et d'offrir une expérience ultra-personnalisée au client grâce à l'historique des données.

1.2. L'Évolution : Du "On-Premise" au "Cloud-Native"

La technologie hôtelière a connu une révolution majeure ces cinq dernières années. Il est crucial pour un manager de comprendre cette évolution :

- **On-Premise (Hébergé sur site)** : Les anciens systèmes (comme les anciennes versions d'Opera V5 ou Fidelio) nécessitaient une salle des serveurs physique dans l'hôtel. Ils étaient lourds, coûteux à mettre à jour, et accessibles uniquement depuis les ordinateurs de la réception.

- **Cloud-Native (Hébergé dans le cloud)** : Les nouveaux systèmes (Mews, Opera Cloud, Apaleo) sont accessibles depuis n'importe quel navigateur web, sur tablette ou smartphone. Ils permettent au Responsable des Réservations de travailler à distance, de se connecter instantanément à des centaines d'applications tierces via des API ouvertes, et offrent une sécurité des données bien supérieure (hébergement AWS ou Google Cloud).

1.3. Le Marché des PMS : Les Leaders

Le secteur hôtelier utilise différents types de logiciels, mais leurs logiques fondamentales de fonctionnement restent similaires. Les leaders incluent :

- **OPERA (Oracle Hospitality)** : Le standard mondial de l'hôtellerie de luxe et de chaîne (Marriott, Accor, IHG). C'est un système extrêmement puissant, très dense, idéal pour la gestion complexe des tarifs, des immenses groupes et des casinos.
- **Protel** : Très répandu en Europe, apprécié pour son planificateur visuel (Tape Chart) et sa stabilité.
- **Mews Systems** : Le leader européen des systèmes Cloud-native de nouvelle génération, axé sur l'automatisation totale, les paiements intégrés, l'ergonomie web et le libre-service client (Kiosques, Check-in en ligne).

MODULE 2 : L'Architecture du PMS et la Navigation de Base

2.1. L'organisation en modules interdépendants

Bien que chaque PMS ait sa propre interface graphique, ils sont généralement divisés en grands modules distincts mais totalement interconnectés :

- **Réservations (Reservations)** : Saisie, modification, annulation de séjours, gestion des listes d'attente (Waitlist).
- **Profils (Cardex / Profiles)** : Base de données centralisée des clients individuels, des entreprises, des agences de voyage et des sources (apporteurs d'affaires).
- **Front Desk (Réception)** : Outils pour le Check-in, le Check-out, l'affectation des chambres (Room Assignment) et la création des clés électroniques.
- **Caisse (Cashiering / Billing)** : Facturation, encaissements, gestion des taux de change, routage des frais et clôture des folios.
- **Groupe (Blocks / Groups)** : Gestion des allotissements, des dates de rétrocession (Cut-off) et imports massifs de rooming lists.
- **Gouvernante (Rooms Management)** : Statuts des chambres (Propre, Sale, Inspectée, Hors-Service OOO/OOS).
- **Reporting (End of Day / Night Audit)** : Statistiques, rapports financiers et processus de clôture journalière.

2.2. Le Tableau de Bord (Dashboard) du Manager

À sa connexion, le Responsable des Réservations atterrit sur un tableau de bord (Dashboard) qu'il doit configurer selon ses besoins. Il doit savoir y lire d'un coup d'œil l'état de l'hôtel :

- **Taux d'occupation (Occupancy %)** : Actuel et prévisionnel.
- **Chambres disponibles (Availability)** : Le nombre exact de chambres restantes à la vente par catégorie.
- **Revenu moyen (ADR) et RevPAR** : Pour jauger la performance tarifaire de la journée.
- **Arrivées VIP** : Pour préparer les accueils spécifiques.
- **Tâches et Alertes** : Réservations bloquées dans la file d'attente de l'interface, e-mails non lus, garanties bancaires échouées.

MODULE 3 : Gestion Avancée des Profils (Cardex) et Historique Clients

3.1. Le Cardex : La mine d'or de l'hôtel

Dans un PMS, une réservation ne commence jamais par une date, elle commence par un **Profil**. Le Cardex est la fiche d'identité numérique. On y trouve trois grands types de profils, qui peuvent être liés entre eux :

- **Guest Profile (Client)** : Les individus physiques. Contient les habitudes, les passeports, les e-mails.
- **Company Profile (Société)** : Les entreprises clientes (ex: IBM, Renault). C'est à ce profil que sont attachés les tarifs négociés (Corporate Rates).
- **Travel Agent Profile (Agence)** : Les apporteurs d'affaires. Ce profil contient le numéro IATA indispensable pour que le PMS calcule automatiquement la commission due à l'agence à la fin du mois.

3.2. Richesse de la Data et RGPD

Le Responsable des Réservations doit former son équipe à enrichir continuellement ces profils. Ajouter les *Guest Preferences* (lit dur, étage élevé, allergie au gluten, journal préféré) permet à la réception de personnaliser l'accueil. Cependant, le PMS inclut désormais des fonctionnalités de conformité RGPD : les données sensibles doivent être anonymisées ou supprimées si le client exerce son "Droit à l'oubli".

3.3. Hygiène de la base de données : Le Dédoublonnage (Merge)

LA PROCÉDURE DE FUSION (MERGE) :

L'ennemi numéro un d'un PMS est la création de doublons (Duplicate Profiles). Un client fidèle (Jean Dupont) réserve une fois en direct, une fois via Booking.com, une fois via son entreprise. Le PMS risque de créer trois profils distincts.

Le Responsable des Réservations doit instaurer une routine hebdomadaire d'audit. Il utilise la fonction **Merge** du PMS pour fusionner ces profils en un seul profil "Maître" (Master Profile).

Pourquoi est-ce vital ? Si Jean Dupont arrive avec un nouveau profil vierge, la réception ne saura pas qu'il est venu 15 fois et qu'il préfère la chambre 412. L'expérience VIP est détruite, et les statistiques de fidélité de l'hôtel sont faussées.

MODULE 4 : Saisie et Modification des Réservations Individuelles (FIT)

4.1. L'Écran de Réservation (Reservation Screen)

C'est l'écran le plus utilisé par l'équipe. Une saisie rigoureuse est la garantie absolue d'un séjour sans accroc et d'une facturation correcte. Les champs vitaux à maîtriser sont :

- **Dates de séjour & Nombre de pax** : Cela influe directement sur le calcul du prix de la chambre, des petits-déjeuners et des taxes de séjour (qui se calculent par personne et par nuit).
- **Room Type** : La catégorie de chambre vendue (Standard, Supérieure, Suite). Différencier le type réservé (Booked) du type physiquement attribué (Assigned) en cas de surclassement gratuit.
- **Rate Code** : Le code tarifaire qui dicte le prix par nuit. C'est le lien entre la stratégie commerciale et l'opérationnel.

4.2. Les Codes Stratégiques : Market Code & Source Code

Ces deux petits champs déroulants sont le cauchemar des agents de réservation, mais la priorité du Responsable :

- **Market Code (Segment de marché)** : POURQUOI le client voyage-t-il ? (Ex: Affaires, Loisirs Individuels, Groupe, Équipage).
- **Source Code (Canal de provenance)** : COMMENT a-t-il réservé ? (Ex: Booking.com, Téléphone direct, Site Web de l'Hôtel, GDS).

Si ces codes sont mal saisis, tout le reporting de fin de mois remis au Directeur Général et au Revenue Manager sera faux, conduisant à de mauvaises décisions stratégiques.

4.3. Gérer les Modifications et Annulations

Si un client décale son séjour, le Responsable ne crée pas une nouvelle réservation. Il modifie l'existante. Le PMS garde un historique inviolable (Action Log / User Log) de qui a modifié quoi et quand. Si l'annulation est soumise à des frais (Tarif Non-Remboursable), le PMS doit être paramétré pour conserver le dépôt (Deposit) et le transférer automatiquement en "Revenu d'annulation" (Cancellation Revenue) afin que la comptabilité soit juste.

MODULE 5 : Paramétrage Tarifaire (Rate Codes) et Yield Management Intégré

5.1. L'architecture tarifaire dans le PMS

Le Responsable des Réservations est l'architecte des prix dans le système. Il configure et maintient les **Rate Codes**. La création d'un Rate Code est une opération complexe qui détermine comment l'argent va rentrer dans les caisses. Un Rate Code est composé de :

- **Un prix de base** : Qui peut être fixe (Flat) ou dynamique (indexé sur le BAR - Best Available Rate, ex: BAR - 15%).
- **Des attributs d'inclusion (Package Elements)** : Le PMS doit savoir si le prix inclut le petit-déjeuner. Si la chambre est vendue 1000 MAD en B&B, le PMS doit automatiquement séparer 150 MAD pour le F&B et 850 MAD pour l'hébergement (Room Revenue) lors de la clôture de nuit.
- **Des conditions d'annulation (Cancellation Policy)** : Pour générer automatiquement des pénalités.
- **Des règles de commissionnement** : Le PMS générera une commission de 10% pour l'agence uniquement si le Rate Code l'y autorise.

5.2. Les Restrictions de Yield Management dans le PMS

Le PMS n'est pas qu'un outil passif. Le Responsable des Réservations utilise le module de Yield du PMS pour appliquer des restrictions commerciales agressives lors des pics de demande :

- **CTA (Closed to Arrival)** : Interdit les arrivées ce jour-là (mais autorise les clients qui sont déjà dans l'hôtel à y rester). Utile pour éviter qu'un afflux massif ne paralyse la réception.
- **MinLOS (Minimum Length of Stay)** : Impose un séjour de 3 nuits minimum. Très utilisé lors de festivals ou de salons internationaux (Congrès).
- **Stop Sell (Fermeture des ventes / Yield Out)** : Bloque totalement la vente d'une catégorie de chambre ou d'un tarif bas spécifique (ex: fermeture du tarif Corporate en très haute saison).

MODULE 6 : Création et Gestion

Complexe des Blocs Groupes

(Allotments)

6.1. Le concept du Master Block (Business Block)

Lorsqu'un Tour Opérateur ou un groupe de mariage réserve 50 chambres, il serait fastidieux et dangereux de créer 50 réservations individuelles. Le Responsable utilise la fonction **Business Block** (ou Allotment).

Ce bloc "réserve" physiquement les 50 chambres dans l'inventaire de l'hôtel (Inventory Grid), sans attribuer de noms, via des chambres fictives. Il fige un prix négocié global, des conditions d'acompte, et des règles de facturation pour l'ensemble du groupe.

6.2. Le cycle de vie du Bloc dans le PMS

- **Statut Prospect / Tentative** : Le bloc est créé, mais le contrat n'est pas signé. Les chambres sont déduites de l'inventaire selon les règles fixées par la direction.
- **Statut Definite** : Le contrat est signé, l'acompte (Deposit) est posté dans le Master Account du groupe.

- **Rooming List & Pick-up** : L'organisateur envoie la liste des noms. Le Responsable utilise un outil d'import massif (Excel vers PMS) pour "attraper" les chambres du bloc et les attribuer aux vrais noms. C'est l'étape du Pick-up.

6.3. Le Wash et la Cut-Off Date

La gestion du Cut-off est la tâche la plus rentable du manager :

C'est la date limite de rétrocession. À J-15, si le bloc de 50 chambres ne contient que 30 noms confirmés, le Responsable exécute manuellement (ou configure le PMS pour le faire automatiquement) un **Wash down**. Les 20 chambres non-nommées sont remises dans l'inventaire public pour être revendues au prix fort (BAR). Un bloc oublié sans Wash, c'est la garantie d'avoir des chambres vides invendables le jour J.

MODULE 7 : Routage (Routing), Fenêtres de Facturation et City Ledger

7.1. Séparer la note : Le Routing (Billing Instructions)

C'est l'une des fonctionnalités PMS les plus complexes mais les plus essentielles à maîtriser pour le Responsable des Réservations. Lorsqu'un voyageur d'affaires vient à l'hôtel, son entreprise paie la chambre, mais il doit payer personnellement ses consommations (minibar, bar, pressing).

Lors de la réservation, le manager configure un **Routing**. Il divise la facture du client (Folio) en plusieurs "Fenêtres" de facturation (Windows) :

- **Window 1** : Routée automatiquement vers le compte profil de la société (Contient uniquement les codes transactionnels : Hébergement, Taxe de séjour, Petit-déjeuner).
- **Window 2** : Routée vers le compte personnel du client (Contient tous les autres codes : Téléphone, F&B, Blanchisserie). Le réceptionniste n'aura qu'à encaisser la Fenêtre 2 avec la carte bancaire du client au check-out.

7.2. Le City Ledger (Comptes Débiteurs)

Les factures routées vers l'entreprise sur la "Window 1" ne sont pas encaissées au départ du client. Elles sont envoyées virtuellement dans le module **City Ledger** (Comptes Débiteurs) du PMS. Le rôle du Responsable des Réservations est de s'assurer que le profil de l'entreprise est bien autorisé à avoir du crédit

(Credit Approved) et que le "Voucher" (Bon de prise en charge) a bien été scanné et attaché au dossier. La comptabilité prendra ensuite le relais pour envoyer la facture globale à la société à la fin du mois.

MODULE 8 : Les Interfaces : Channel Manager et Moteur de Réservation

8.1. L'Interface Bidirectionnelle (2-Ways)

Le PMS ne vit pas en vase clos, il est connecté au monde extérieur via une passerelle appelée **Channel Manager** (ex: SiteMinder, D-Edge, RateTiger). Cette interface est bidirectionnelle (2-Ways) :

- **Push (Envoi)** : Le PMS envoie constamment son inventaire restant, ses tarifs mis à jour et ses restrictions de yield au Channel Manager, qui les distribue vers Booking.com, Expedia, Agoda, etc.
- **Pull (Réception)** : Lorsqu'un client réserve sur son téléphone via Booking.com, l'information redescend automatiquement et le dossier de réservation se crée tout seul dans le PMS en quelques secondes.

8.2. Gestion des pannes de Channel Manager (Interface Down)

PROCÉDURE D'URGENCE : RISQUE D'OVERBOOKING MASSIF

Si la connexion entre le PMS et le Channel Manager se coupe (panne internet, bug serveur), l'hôtel peut continuer de vendre des chambres sur Booking.com en se basant sur le dernier inventaire connu, alors qu'il se remplit physiquement par téléphone. Le Responsable des Réservations doit savoir :

1. Lire les logs d'erreurs (Interface Messages) pour diagnostiquer la coupure.
2. Se connecter rapidement à l'extranet du Channel Manager via son téléphone (4G) pour bloquer manuellement toutes les ventes (Close All) le temps de la réparation.
3. Une fois la connexion rétablie, forcer un "Full Sync" (Synchronisation complète de l'inventaire) depuis le PMS.

MODULE 9 : Outils de Communication Interne (Traces, Alerts, Messages)

9.1. Laisser des messages grâce au PMS

Un hôtel est une ruche. Le Responsable des Réservations utilise le PMS comme un outil de communication centralisé pour transmettre les spécificités d'un client aux autres départements (Réception, Étages, Cuisine), évitant ainsi la perte d'informations sur des post-its ou des e-mails noyés.

9.2. Maîtriser Traces vs Alerts

Il est fondamental de différencier ces outils pour ne pas saturer les équipes :

- **Les Traces (Tâches opérationnelles)** : Ce sont des actions horodatées envoyées à un département d'exécution. Par exemple, le Responsable saisit une Trace pour le département Housekeeping : *"Mettre un lit bébé et 3 serviettes en chambre le 14/05"*. Le matin du 14, la gouvernante imprime son rapport de Traces et les femmes de chambre exécutent la demande avant l'arrivée. Le réceptionniste ne sera pas dérangé par cette note.
- **Les Alerts (Alertes pop-up au Front Desk)** : C'est un message qui va surgir agressivement sur l'écran du réceptionniste spécifiquement au moment du Check-in ou du Check-out. Exemple : *"ALERTE CHECK-IN : Récupérer le Voucher physique original"* ou *"ALERTE CHECK-OUT : Demander à la cliente si elle a aimé son soin au Spa"*. C'est impossible pour la réception de la rater.

- **Les Messages** : Fonction pour laisser un message imprimé au client (ex: *"Monsieur Dupont, votre chauffeur vous attend au lobby"*).

MODULE 10 : Reporting, Statistiques et Pilotage du Forecast via le PMS

10.1. Exploiter la Data pour la Stratégie

Le PMS est une gigantesque calculatrice. Le Responsable des Réservations ne se contente pas de saisir des données, il édite quotidiennement des rapports vitaux pour le pilotage financier et opérationnel de l'hôtel.

Nom du Rapport PMS	Fonction, Fréquence et Utilité Stratégique
Pace Report (ou Pickup Report)	Quotidien. Analyse la vitesse de prise de réservation. "Combien de chambres avons-nous vendu hier pour le mois prochain par rapport à la même date l'an dernier ?" Si le rythme est trop lent, le manager devra baisser les prix.
Manager's Flash (Le Journalier)	Quotidien. Résume le chiffre d'affaires de la veille, le Taux d'Occupation (TO), le Prix Moyen (ADR) et le RevPAR. Il est envoyé à la Direction Générale chaque matin.
Forecast (Prévisions d'Activité)	Hebdomadaire. Projette l'occupation des 3 à 6 prochains mois. Rapport vital pour que la Gouvernante planifie ses plannings (Rosters) et que le Chef prévoise ses commandes de nourriture.

Nom du Rapport PMS	Fonction, Fréquence et Utilité Stratégique
Market Segmentation Report	Mensuel. Analyse qui dort à l'hôtel (Ex: 40% Corporate, 30% FIT OTA, 30% Groupes). Permet de vérifier si le "Business Mix" est sain ou trop dépendant de Booking.com.

MODULE 11 : Cas Pratiques

Approfondis de Manipulation à l'Hôtel

FAHO

Cas N°1 : La réservation "Fantôme" d'Expedia

Contexte (Hôtel FAHO) : L'interface Cloud entre Mews et Expedia indique une erreur. Une réservation Expedia est bloquée dans la file d'attente (Queue) et n'arrive pas à se créer dans le PMS. Le client est en route depuis l'aéroport et arrive dans 2 heures. Vous risquez un overbooking silencieux.

Résolution PMS étape par étape :

1. Le Responsable des Réservations ouvre immédiatement le module d'interface (Channel Manager logs / Interface Status).
2. Il lit le message d'erreur brut : *"Room Type / Rate Code EXP non mappé"*. Cela signifie que le tarif "Promo Été" d'Expedia n'est pas lié informatiquement au bon Rate Code dans le PMS.
3. Il ouvre le module "Mapping" du PMS, trouve le code envoyé par Expedia, et le relie (Map) manuellement au Rate Code "BAR" de l'hôtel.
4. Il force la "Reprise" (Reprocess) du message XML bloqué. Le dossier de réservation se crée automatiquement et parfaitement dans le système, le profil client est généré, juste à temps pour le check-in.

Cas N°2 : Le Wash down massif pour sauver le RevPAR

Contexte (Hôtel FAHO) : Un grand séminaire international a réservé un bloc "Tentative" de 60 chambres sur OPERA pour la semaine prochaine. À J-10, l'organisateur vous appelle : faute d'inscriptions, il n'aura besoin que de 20 chambres. L'hôtel affiche déjà 95% d'occupation pour cette période, et vous refusez des clients individuels tous les jours (Denials) à des tarifs très élevés.

Résolution PMS stratégique :

1. Le Responsable ouvre le module "Business Block" et sélectionne le groupe en question.
2. Il effectue un **Wash** de 40 chambres sur la grille d'inventaire du groupe (Room Grid), réduisant la taille du bloc à 20 chambres.
3. Les 40 chambres retombent instantanément dans l'inventaire House (Général) disponible à la vente.
4. Le Responsable ouvre immédiatement les ventes sur le Channel Manager à un tarif "Premium" (+30% du prix habituel) en appliquant les règles de Yield Management, sachant que la demande sur la ville est extrêmement forte. Les 40 chambres sont revendues en 48 heures à prix d'or. Le RevPAR de l'hôtel est sauvé et maximisé.

Cas N°3 : Le Routing de facturation oublié

Contexte (Hôtel FAHO) : Lors de votre contrôle de qualité routinier (Trace & Check), vous remarquez qu'une réservation VIP prise par un nouvel agent de réservation pour la société partenaire "Maroc Telecom" est configurée par erreur en paiement direct par le client à la réception.

Résolution PMS pour éviter l'incident diplomatique :

1. Vous reprenez le dossier. Vous constatez dans les pièces jointes qu'il y a bien un bon de commande officiel (Voucher) garantissant la prise en charge. Si le client arrive ainsi, on lui demandera sa carte bancaire, ce qui créera un scandale.
2. Vous allez dans le module "Billing" ou "Routing" de la réservation.
3. Vous paramétrez une **Window 2** (Fenêtre 2) et vous y "Routez" spécifiquement les codes transactions "Hébergement" et "Taxes".
4. Vous assignez cette Fenêtre 2 au compte (Company Profile) de Maroc Telecom en mode de paiement "City Ledger" (Débiteurs).
5. Vous laissez la Fenêtre 1 au nom du client en paiement "Cash/Credit Card" pour ses extras personnels (Minibar, Spa).
6. Le jour J, le réceptionniste n'aura absolument rien à faire : la chambre partira automatiquement en facture différée pour la société, l'accueil sera fluide, et le nouvel agent recevra une formation de rappel.

MODULE 12 : Conclusion et Plan d'Action pour le Responsable

12.1. Le PMS, un outil qui nécessite une maintenance quotidienne

Un PMS hôtelier est comme un moteur d'avion : extrêmement puissant, mais nécessitant une maintenance de précision. Le logiciel ne fera que ce que le Responsable des Réservations lui paramètre de faire (GIGO : Garbage In, Garbage Out). Si la base de données n'est pas nettoyée, si les codes tarifs sont mal configurés, l'outil deviendra un fardeau opérationnel.

12.2. Plan d'Action Post-Formation

Pour assurer la pérennité des connaissances de ce manuel, le Responsable des Réservations devra mettre en place les routines suivantes :

- **Quotidien** : Vérification des réservations entrantes (Trace & Check), lecture du Pace Report, fusion des profils en double (Merge).
- **Hebdomadaire** : Vérification des blocs de groupe (Cut-off et Wash), analyse des erreurs d'interface Channel Manager.
- **Mensuel** : Audit de la segmentation marché (Market Codes) pour s'assurer que les rapports de fin de mois de la direction soient parfaitement exacts. Test de réservation sur le site de l'hôtel (Booking Engine) pour vérifier l'ergonomie vécue par le client.

trainingcenterin

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.