



The Revenue & Profit Operating System

Checklist pour un investissement intelligent dans un RMS : 7 étapes vers le succès





Faites de votre prochain choix RMS une décision stratégique, alignée et axée sur le ROI

Choisir le bon RMS est une décision majeure qui peut avoir un impact direct sur la performance, la rentabilité et l'efficacité de votre hôtel.

Utilisez cette checklist pratique pour guider votre évaluation et vous assurer de sélectionner un système en parfaite cohérence avec votre stratégie commerciale.

1. Définir votre calendrier

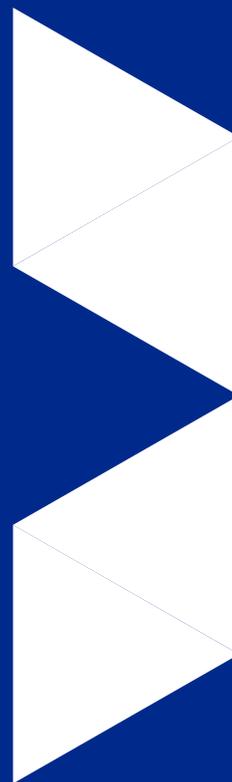
- Fixez la date à laquelle votre nouveau RMS doit être pleinement opérationnel (avant la haute saison, avant une migration PMS, etc.).
- Prévoyez du temps pour la sélection des fournisseurs, l'adhésion interne, l'onboarding et la formation.
- Alignez le déploiement du RMS avec d'autres initiatives (upgrade PMS, intégrations).

2. Impliquer les parties prenantes clés

- Associez l'équipe revenue dès le départ pour définir les objectifs et points de douleur.
- Consultez les équipes Sales (notamment celles qui gèrent le business groupes et événements) pour comprendre comment un RMS peut optimiser la gestion des espaces de réunion.
- Impliquez la finance pour aligner cycles budgétaires et attentes ROI.
- Assurez-vous que l'IT et les opérations sont préparés aux besoins d'intégration et de support.

3. Définir vos objectifs

- Dressez la liste de vos indispensables :
 - Améliorer la précision des prévisions
 - Optimiser les prix sur les canaux et segments
 - Stimuler la rentabilité
 - Réaliser des analyses de déplacement pour les groupes
 - Libérer du temps pour l'équipe grâce à l'automatisation
 - Gérer plusieurs établissements
 - Disposer d'une équipe support dédiée
- Définissez ensuite à quoi ressemble le succès pour vous :
 - Gain de temps
 - Augmentation des revenus
 - Amélioration des marges
 - ROI atteint
 - Décisions plus pertinentes
 - Plus grande efficacité opérationnelle
- Choisissez des solutions adaptées aux compétences de votre équipe et à votre croissance future.



4. Anticiper les échanges avec les fournisseurs (utilisez notre RFP !)

- Établissez une shortlist et envoyez votre RFP pour garantir des évaluations cohérentes.
- Utilisez notre modèle de RFP pour accélérer le processus.
- Demandez des démos adaptées à votre type d'établissement.
- Exigez des projections ROI, des délais d'onboarding et des roadmaps d'intégration.
- Discutez du change management, de la formation et du support long terme pour sécuriser l'adoption.

5. Construire le business case

- Collectez vos données internes : performances passées, précision des prévisions, revenus manqués.
- Utilisez les études de cas et benchmarks fournisseurs pour projeter le ROI.
- Alignez l'analyse avec vos objectifs stratégiques business.
- Cartographiez coûts, bénéfices et période de retour sur investissement.

6. Vérifier la compatibilité technologique

- Listez tous les systèmes qui doivent s'intégrer au nouveau RMS :
 - PMS
 - CRS
 - Channel manager
 - Outils BI
- Vérifiez les évolutions tech à venir (notamment upgrade PMS).
- Donnez la priorité aux fournisseurs offrant des intégrations éprouvées et un support API ouvert.
- Évaluez coûts, bénéfices et période de rentabilisation.

7. Plan the rollout

- Sélectionnez le RMS retenu.
- Estimez les besoins en formation et en conduite du changement.
- Fixez des jalons clairs et nommez des responsables de projet.
- Envisagez un déploiement progressif ou un pilote.
- Évitez de lancer le déploiement en pleine haute saison.

Envie d'aller plus loin

Téléchargez notre guide gratuit

[Planifier pour le profit : le guide de l'hôtelier pour un investissement intelligent dans un RMS en période budgétaire](#)