



TECHNIQUES D'ACCUEIL PERSONNALISÉ

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Accueil & Relation Client - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : L'essence de l'accueil personnalisé dans le luxe
MODULE 2	La préparation en amont : Exploiter le Cardex et les "Traces"
MODULE 3	Les premiers instants : Le regard, la posture et le "Welcome"
MODULE 4	L'art d'utiliser le nom du client (La signature du sur-mesure)
MODULE 5	L'accueil des VIP : Discrétion, protocole et privilèges
MODULE 6	L'accueil des familles et des enfants (Le V.I.P. Junior)
MODULE 7	L'intelligence interculturelle : Adapter l'accueil aux nationalités
MODULE 8	Le langage corporel (Non-Verbal) de l'hospitalité
MODULE 9	La conversation et le "Small Talk" : Établir un lien authentique
MODULE 10	Gérer les arrivées multiples : Faire patienter avec élégance
MODULE 11	L'accueil en situation difficile (Fatigue extrême, vol retardé)

MODULE 12	Les attentions en chambre (Amenities) et le "Setup"
MODULE 13	L'escorte et le "Rooming" : Guider le client vers son sanctuaire
MODULE 14	Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO
MODULE 15	Conclusion et Checklist du Concierge "Perfect Welcome"

MODULE 1 : Introduction : L'essence de l'accueil personnalisé dans le luxe

1.1. Standardisation vs Personnalisation

L'hôtellerie classique repose sur des processus standardisés (donner la clé, indiquer l'heure du petit-déjeuner). L'hôtellerie de luxe, elle, repose sur la **personnalisation**. L'objectif du Concierge n'est pas de traiter le client comme un simple numéro de chambre, mais comme un invité unique, reconnu et valorisé.

1.2. Le moment de vérité

Les 30 premières secondes d'une interaction déterminent 80% de l'impression globale du client sur son séjour. L'accueil personnalisé est ce qui transforme un simple hall d'hôtel froid et intimidant en un véritable lieu de vie chaleureux. Le Concierge est le premier visage de cette promesse.

MODULE 2 : La préparation en amont :

Exploiter le Cardex et les "Traces"

2.1. Le secret d'un bon accueil est invisible

Un accueil exceptionnel ne s'improvise jamais. Il est le résultat d'un travail minutieux de collecte d'informations. Le Concierge lit l'avenir dans le passé du client, grâce au **Cardex** (Profil Client dans le PMS).

2.2. L'Audit des arrivées

Avant même de prendre son poste dans le hall, le Concierge doit :

1. **Étudier la liste des arrivées (Arrivals List)** : Repérer les clients "Repeaters" (Fidèles).
2. **Lire les Traces** : Pourquoi le client vient-il ? Est-ce son anniversaire ? Voyage-t-il pour un contrat important ?
3. **Mémoriser les visages** : S'il s'agit d'un VIP, le Concierge consulte sa photo dans le dossier pour pouvoir aller à sa rencontre avant même qu'il ne se présente au bureau.

MODULE 3 : Les premiers instants : Le regard, la posture et le "Welcome"

3.1. Être présent avant de parler

Le client qui passe les portes rotatives de l'hôtel après un long voyage est souvent désorienté. La posture du Concierge doit être un phare de réassurance.

3.2. Les Standards de l'Accueil Visuel

- **La Règle des 3 mètres (10/5 Rule) :** Le Concierge lève les yeux et sourit dès que le client est à 3 mètres. À 1,5 mètre, il prononce la salutation.
- **L'ouverture posturale :** Ne jamais avoir les bras croisés, ne jamais être avachi sur le desk. Le buste est orienté vers les portes d'entrée.
- **L'interruption des tâches :** L'ordinateur ou les papiers doivent être ignorés instantanément dès qu'un client approche. Le client est la priorité absolue.

MODULE 4 : L'art d'utiliser le nom du client (La signature du sur-mesure)

4.1. L'outil le plus puissant du Concierge

Appeler quelqu'un par son nom est la preuve ultime de reconnaissance. Cela montre que vous l'attendiez et que vous savez exactement qui il est.

4.2. Comment utiliser le nom avec élégance ?

L'utilisation du nom doit être subtile, jamais mécanique.

- **Comment l'obtenir sans demander ?** Lisez l'étiquette (Luggage tag) sur les bagages que le voiturier apporte, écoutez la réceptionniste prononcer le nom lors du check-in, ou mémorisez le visage grâce au briefing.
- **La Salutation :** *"Quel bonheur de vous revoir parmi nous, Monsieur Dubois. Avez-vous fait bon voyage depuis Paris ?"*
- **La Fréquence :** Utilisez le nom au début et à la fin de la conversation. Évitez de le répéter à chaque phrase pour ne pas paraître artificiel.

MODULE 5 : L'accueil des VIP :

Discrétion, protocole et privilèges

5.1. Ce que cherche le VIP

Les clients VIP (célébrités, PDG, diplomates) n'attendent pas qu'on s'émerveille devant eux. Ils recherchent l'efficacité absolue, le gain de temps et surtout, **la discrétion**.

5.2. Le Protocole d'Accueil VIP

- **L'Anticipation du parvis** : Le Chef Concierge attend le VIP sur le parvis dès que le voiturier signale la plaque d'immatriculation.
- **Le Bypass du Desk** : Un vrai VIP ne fait pas la queue à la réception. Le Concierge l'escorte directement dans sa Suite, où l'enregistrement (Check-in) sera fait en privé.
- **La Confidentialité** : Le Concierge ne crie jamais le nom du VIP dans le hall et protège son espace face aux autres clients (ou aux photographes).

MODULE 6 : L'accueil des familles et des enfants (Le V.I.P. Junior)

6.1. Gagner les enfants, c'est fidéliser les parents

Le Concierge d'un hôtel de luxe sait qu'un séjour familial réussi repose sur le bonheur des enfants. L'accueil d'une famille demande une approche spécifique et chaleureuse.

6.2. Les techniques d'accueil pour familles

1. **Saluer les enfants en premier** : Le Concierge s'agenouille (ou se penche) pour se mettre à la hauteur de l'enfant et lui adresser la parole directement. *"Bonjour jeune homme, es-tu prêt pour de grandes aventures ?"*
2. **Le Cadeau d'Accueil** : Remettre immédiatement un passeport d'activités, un doudou mascotte de l'hôtel, ou des crayons de couleur pour occuper l'enfant pendant que les parents s'enregistrent.
3. **La Réassurance pour les parents** : Le Concierge confirme que le lit bébé est déjà installé, que le restaurant a des menus adaptés, et que le service de Babysitting est disponible.

MODULE 7 : L'intelligence

interculturelle : Adapter l'accueil aux nationalités

7.1. Le luxe n'a pas la même définition partout

Ce qui est perçu comme chaleureux par un Américain peut être perçu comme impoli par un Japonais. Le Concierge doit ajuster sa "fréquence" d'accueil selon la culture du client.

7.2. Les grands principes interculturels

Culture / Région	Posture recommandée pour le Concierge
Japon / Asie de l'Est	Respect de l'espace personnel, pas de contacts physiques (pas de poignées de main imposées), légère inclination de la tête, extrême politesse, remise de documents à deux mains.
Moyen-Orient	Respect de la hiérarchie familiale. Toujours s'adresser au chef de famille en premier. Prise en compte de la pudeur et discrétion totale.

Culture / Région	Posture recommandée pour le Concierge
États-Unis / Canada	Sourire large, contact visuel soutenu, accueil chaleureux et informel (le "Small Talk" est très apprécié), réactivité immédiate.

MODULE 8 : Le langage corporel (Non-Verbal) de l'hospitalité

8.1. L'élégance du mouvement

Un Concierge d'exception se meut avec une certaine noblesse. Le corps doit exprimer l'ouverture, la disponibilité et la maîtrise de soi.

8.2. Les règles de la gestuelle

- **La "Main d'hôte"** : Pour indiquer une direction (le bar, les ascenseurs), ne pointez JAMAIS du doigt. Utilisez la main entière ouverte, paume vers le haut.
- **L'Ancrage au sol** : Ne vous balancez pas d'un pied sur l'autre, ne vous adossez pas au mur. Tenez-vous droit.
- **L'expression du visage** : Gardez un visage détendu et souriant, même lorsque vous tapez sur le clavier de votre ordinateur.

MODULE 9 : La conversation et le "Small Talk" : Établir un lien authentique

9.1. L'art de briser la glace

Le *Small Talk* n'est pas parler pour ne rien dire. C'est l'art d'engager le client pour le mettre à l'aise, et glaner de l'information (phase de découverte) pour anticiper ses besoins.

9.2. Les sujets à aborder et à fuir

- **Sujets excellents** : Le voyage ("*Comment s'est passé votre vol depuis Londres ?*"), la première impression sur la ville, la raison de la visite (si loisir), la météo (pour rebondir sur une recommandation de musée ou de plage).
- **Sujets INTERDITS** : La politique, la religion, l'argent, les problèmes internes de l'hôtel ("*On est en sous-effectif aujourd'hui*"), la vie intime du client.
- **Le Dosage** : Si le client répond par des "Oui/Non" courts et regarde sa montre, le Concierge doit cesser le Small Talk immédiatement et passer à l'action.

MODULE 10 : Gérer les arrivées multiples : Faire patienter avec élégance

10.1. Le stress de la file d'attente

Rien n'est moins "luxe" que de faire la queue. Lorsque 3 clients arrivent en même temps à la conciergerie, le Concierge doit devenir un chef d'orchestre du hall.

10.2. L'Acquiescement et le Triage

Le Concierge traite le client A, mais il **voit** les clients B et C arriver.

1. **Contact Visuel** : Le Concierge regarde les clients B et C, leur sourit et fait un léger signe de tête pour signifier *"Je vous ai vus."*
2. **Prise de contact rapide** : *"Je vous prie de m'excuser Monsieur A, un petit instant."* Il se tourne vers B et C : *"Bienvenue, puis-je vous proposer de prendre place dans nos canapés ? Je vous apporte un verre d'eau fraîche et je suis à vous dans 3 minutes."*
3. **Délégation** : Si la demande de C est très simple (ex: un parapluie), le Concierge demande à un chasseur (Groom) de s'en occuper immédiatement.

MODULE 11 : L'accueil en situation difficile (Fatigue extrême, vol retardé)

11.1. L'Empathie de crise

Lorsqu'un client arrive à 2h du matin après que la compagnie aérienne a perdu ses bagages, il ne veut pas entendre un long discours commercial de bienvenue. Il veut de l'aide et un lit.

11.2. Adapter l'accueil à la fatigue

- **Réduire les formalités** : Accélérer le check-in au maximum, faire asseoir le client.
- **Proactivité de confort** : *"Je suis navré pour ce retard, Monsieur. Je sais que vous êtes épuisé. J'ai demandé au Room Service de vous préparer une assiette froide et un thé chaud en chambre."*
- **Prendre le fardeau** : *"Donnez-moi le ticket de réclamation (PIR) de la compagnie aérienne. Notre équipe de nuit va s'occuper de les appeler pour tracer votre valise. Vous pouvez aller vous reposer."*

MODULE 12 : Les attentions en chambre (Amenities) et le "Setup"

12.1. L'accueil avant l'arrivée physique

Le premier accueil se fait souvent avant même que le client n'ait vu le Concierge : il se fait lorsqu'il ouvre la porte de sa chambre et y découvre une mise en scène (Le Setup).

12.2. La personnalisation du cadeau

Une simple corbeille de fruits standard n'est pas de l'accueil personnalisé. Le Concierge transforme l'Amenity en utilisant le Cardex :

- Le client est un écrivain ? Le Concierge fait disposer un beau carnet en cuir de l'hôtel avec un stylo plume.
- Le client revient pour la 10ème fois ? Un mot **manuscrit** du Directeur Général : *"Cher M. Dubois, bon retour dans votre maison rbatie."*
- Des enfants en bas âge ? Des bonbons, du lait et des petits peignoirs à leur taille posés sur le lit.

MODULE 13 : L'escorte et le

"Rooming" : Guider le client vers son sanctuaire

13.1. Le parcours vers la chambre

L'accueil ne s'arrête pas au comptoir de la réception. L'escorte vers la chambre (Le Rooming) est le moment idéal pour tisser un lien et présenter subtilement l'hôtel.

13.2. L'étiquette du Rooming

Le Concierge (ou le Capitaine des Bagagistes) accompagne le client :

- **La marche** : Il marche à côté du client, jamais devant (sauf pour montrer le chemin) ni derrière. Il adapte son pas au rythme du client.
- **L'ascenseur** : Le Concierge laisse le client entrer en premier, demande l'étage (même s'il le connaît), et se place près des boutons.
- **En chambre** : Il ouvre la porte, allume la lumière, et ne fait un tour de la chambre (climatisation, vue) QUE si le client n'est pas trop fatigué. Il conclut par : *"N'hésitez pas à faire le '9' pour me joindre directement. Excellent séjour."*

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : Le client d'affaires pressé

Contexte (Hôtel FAHO) : Un dirigeant d'entreprise (Corporate) arrive à 8h00 du matin, en costume.

Accueil Personnalisé du Concierge :

"Bonjour Monsieur Martin, ravi de vous revoir. Votre chambre est déjà prête (Early check-in géré en amont). J'ai pris l'initiative d'informer le repasseur pour qu'il soit prêt à s'occuper de votre costume si vous souhaitez vous rafraîchir avant vos réunions de la journée. Le journal économique que vous appréciez vous attend sur votre bureau."

Cas N°2 : La lune de miel

Contexte (Hôtel FAHO) : Un couple de jeunes mariés arrive, un peu intimidé par le luxe du hall.

Accueil Personnalisé du Concierge :

Le Concierge quitte le desk, s'approche avec deux coupes de cocktail sans alcool, et arbore un grand sourire chaleureux : *"Félicitations pour votre mariage ! Nous sommes ravis que vous ayez choisi l'Hôtel FAHO pour célébrer cela. Prenez place dans ce salon, détendez-vous, mon collègue de la réception vient s'occuper de tout."* Le ton est bienveillant, chaleureux, et dissipe immédiatement le stress de l'arrivée.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist du Concierge "Perfect Welcome"

15.1. L'alchimie de l'accueil

Un accueil réussi est un mélange d'anticipation minutieuse (informatique et logistique) et de présence émotionnelle pure (sourire, posture, empathie). C'est ce savant dosage qui permet au Concierge d'offrir une hospitalité authentique et inoubliable.

15.2. Checklist "Perfect Welcome"

- [] Ai-je pris connaissance de la **liste des arrivées VIP** de la journée ?
- [] Ma **posture** est-elle ouverte et mon sourire est-il prêt à 3 mètres (10/5 rule) ?
- [] Ai-je mémorisé le **nom du client** pour l'utiliser lors de notre premier échange ?
- [] Ai-je analysé l'**état émotionnel** du client (Fatigue, Joie, Urgence) pour adapter mon ton et mon *Small Talk* ?
- [] Le "Setup" VIP ou les **attentions en chambre** sont-ils bien en place pour garantir l'effet Wow ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Accueil & Relation Client

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