



ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE ET EN FACE À FACE

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Communication & Relation Client - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : L'accueil comme signature de l'établissement
MODULE 2	Les fondamentaux de la communication (Verbal, Para-verbal, Non-verbal)
MODULE 3	Le sourire : L'arme secrète du Concierge (Physique et Auditif)
MODULE 4	Les standards de l'accueil téléphonique : La règle des 3 sonneries
MODULE 5	L'art de la voix au téléphone : Ton, débit et articulation
MODULE 6	La gestion technique de l'appel : Mise en attente et transfert
MODULE 7	La prise de message parfaite : Rigueur et transmission
MODULE 8	L'accueil en face-à-face : La Règle des 3 mètres (10/5 Rule)
MODULE 9	Posture et Langage Corporel (Body Language) au Desk
MODULE 10	La personnalisation de l'accueil : Nom du client et reconnaissance
MODULE 11	

Mener de front le téléphone et le client physique
(Priorisation)

MODULE 12 La reformulation et l'écoute active : Garantir la
compréhension

MODULE 13 Adapter son accueil aux profils VIP et aux cultures
étrangères

MODULE 14 Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO

MODULE 15 Conclusion et Grille d'Auto-Évaluation de l'Accueil

MODULE 1 : Introduction : L'accueil comme signature de l'établissement

1.1. Le moment de vérité

L'accueil, qu'il soit téléphonique ou physique, constitue le premier véritable point de contact direct entre le client et l'hôtel. Dans l'hôtellerie de luxe, on dit souvent que l'on n'a jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression. Pour la **Conciergerie**, ce premier instant pose les fondations de la confiance du client.

1.2. Un double défi pour le Concierge

Contrairement à un centre d'appels ou à un agent d'accueil standard, le Concierge doit souvent jongler avec les deux canaux simultanément. Il doit offrir une écoute chaleureuse et dédiée au téléphone, tout en dégageant une présence rassurante et professionnelle pour le client qui traverse le lobby.

MODULE 2 : Les fondamentaux de la communication (Verbal, Para-verbal, Non-verbal)

2.1. Les trois piliers du message

Lors d'une interaction en face-à-face, la perception du client se divise en trois dimensions. Un décalage entre ces trois piliers crée un sentiment de malaise ou de fausseté chez le client.

2.2. La règle du 7% - 38% - 55% (Albert Mehrabian)

- **Le Verbal (7%)** : Les mots choisis. Le vocabulaire (ex: dire "En quoi puis-je vous aider ?" plutôt que "Qu'est-ce qu'il vous faut ?").
- **Le Para-verbal (38%)** : L'intonation, le volume, le rythme et la chaleur de la voix. Si les mots sont polis mais le ton est sec, le client retiendra le ton.
- **Le Non-verbal (55%)** : Le langage corporel, le regard, le sourire, la posture. L'impact visuel est écrasant dans la communication physique.

Au téléphone, le non-verbal disparaît. Le Para-verbal devient alors le vecteur principal de l'émotion (plus de 80% du message perçu).

MODULE 3 : Le sourire : L'arme secrète du Concierge (Physique et Auditif)

3.1. Le sourire physique

Le sourire est la première marque de bienvenue universelle. Il transcende les barrières linguistiques et culturelles. Un sourire professionnel au Desk n'est pas un rire forcé, c'est une ouverture bienveillante du visage, accompagnée d'un regard direct.

3.2. Le "Sourire Auditif" au téléphone

Le sourire s'entend au téléphone. Physiologiquement, sourire modifie la forme de la cavité buccale et du pharynx, ce qui change la résonance de la voix. Elle devient plus claire, plus chaleureuse et plus aiguë.

Astuce du Concierge : Même si vous êtes fatigué, forcez-vous à sourire physiquement *avant* de décrocher le combiné. Le client ressentira immédiatement l'hospitalité à l'autre bout de la ligne.

MODULE 4 : Les standards de l'accueil téléphonique : La règle des 3 sonneries

4.1. L'engagement de réactivité

Dans l'hôtellerie 5 étoiles, le temps du client est précieux. Laisser sonner un téléphone dans le vide transmet un message de désorganisation.

4.2. Le Standard LQA (Leading Quality Assurance)

1. **Décrocher avant la 3ème sonnerie** : C'est le délai maximum toléré pour garantir une impression d'efficacité.

2. **L'Annonce d'Accueil (Greeting)** : Elle doit comporter 4 éléments indispensables :

- La salutation temporelle (*Bonjour / Bonsoir*).
- L'identification du département (*Conciergerie*).
- L'identification de l'Agent (*Karim*).
- L'offre de service (*Comment puis-je vous assister ?*).

Exemple parfait : "Bonjour, Conciergerie, Karim à votre service. Comment puis-je vous aider ?"

MODULE 5 : L'art de la voix au téléphone : Ton, débit et articulation

5.1. Compenser l'absence de visuel

Le client ne voyant pas l'hôtel, l'image qu'il s'en fait passe intégralement par votre voix. Une voix monocorde donnera l'image d'un hôtel ennuyeux ; une voix dynamique et posée donnera l'image d'un hôtel luxueux et vivant.

5.2. Les paramètres de la maîtrise vocale

Paramètre	Standard Professionnel	Erreur à éviter
L'Articulation	Ouvrir la bouche, détacher les syllabes, particulièrement lors du salut initial.	Marmonner son nom, parler avec la main devant la bouche ou un stylo.
Le Débit	Calme, modéré (environ 130 mots par minute), avec des pauses pour laisser le client assimiler.	Parler trop vite (donne une impression de stress et d'urgence).
Le Ton	Chaleureux, assuré, souriant.	Apathique, robotique, agacé.

MODULE 6 : La gestion technique de l'appel : Mise en attente et transfert

6.1. Le "Hold" (Mise en attente)

Il est souvent nécessaire de chercher une information. Cependant, la mise en attente ne doit jamais être imposée brutalement.

- **Demander l'autorisation** : *"Puis-je vous mettre en attente quelques instants le temps de vérifier la disponibilité du véhicule ?"*
- **La limite de temps** : Ne jamais excéder 30 à 45 secondes. Si la recherche est longue, reprendre la ligne : *"Monsieur, la recherche prend plus de temps que prévu, puis-je vous rappeler d'ici 5 minutes ?"*
- **Le retour en ligne** : *"Merci de votre patience, Monsieur."*

6.2. Le Transfert d'Appel (Warm Transfer)

Ne transférez jamais "à l'aveugle". Un transfert 5 étoiles est un transfert "chaud" :

"Je vous mets en relation avec le Chef de la Réception. Un instant, s'il vous plaît."
(L'agent appelle la réception) : *"Bonjour, j'ai M. Dupont en ligne pour un problème de facturation."* (L'agent reprend le client) : *"M. Dupont, le Chef de Réception prend votre appel."*

MODULE 7 : La prise de message parfaite : Rigueur et transmission

7.1. Le Concierge, garant de l'information

Prendre un message pour un client ou un collègue est un acte de grande responsabilité. Un message perdu ou inexact peut causer un désastre commercial.

7.2. Les éléments obligatoires du message

Un message professionnel (noté sur le logiciel de conciergerie ou sur le bloc-notes officiel) doit toujours inclure :

1. **Le nom exact** de l'appelant (le faire épeler au besoin).
2. **L'entreprise** ou la fonction de l'appelant.
3. **Le numéro de téléphone** pour le rappel (toujours le relire pour confirmation).
4. **Le contenu précis** du message.
5. **La date et l'heure** de l'appel.
6. **Le nom ou les initiales** du Concierge ayant pris le message.

MODULE 8 : L'accueil en face-à-face :

La Règle des 3 mètres (10/5 Rule)

8.1. L'anticipation visuelle

L'accueil physique commence bien avant que le client n'atteigne le comptoir. Le Concierge balaie régulièrement le hall du regard pour repérer les clients approchants.

8.2. Le Standard international (10/5 Rule)

- **À 10 pieds (3 mètres) :** Le Concierge établit un contact visuel direct, sourit, et ajuste sa posture. C'est la reconnaissance silencieuse.
- **À 5 pieds (1,5 mètre) :** Le Concierge adresse la salutation verbale.
"Bonjour Monsieur, bienvenue. Comment puis-je vous être utile ?"

Si l'Agent est au téléphone, il applique la règle des 3 mètres (contact visuel + sourire + léger signe de tête) pour faire patienter le client avec considération.

MODULE 9 : Posture et Langage Corporel (Body Language) au Desk

9.1. Incarner l'élégance du lieu

Le bureau de la Conciergerie est une scène de théâtre, et le Concierge est constamment sous le regard du public. Sa posture reflète le niveau de service de l'hôtel.

9.2. Les standards de la posture

- **Ancrage** : Se tenir droit, poids réparti sur les deux jambes. Ne jamais s'avachir sur le comptoir ou se balancer.
- **Ouverture** : Les bras ne doivent jamais être croisés (posture de fermeture ou de défense). Les mains sont visibles, idéalement jointes ou posées sur le desk.
- **La "Main d'Hôte"** : Pour indiquer une direction dans le hall, le Concierge utilise la main ouverte, paume vers le haut, doigts serrés. Pointer du doigt est strictement interdit.
- **Disponibilité** : Ne jamais lire le journal, manger, ou consulter son téléphone portable au comptoir.

MODULE 10 : La personnalisation de l'accueil : Nom du client et reconnaissance

10.1. Le son le plus doux

Il n'y a pas d'accueil de luxe sans personnalisation. Nommer le client, c'est prouver qu'il n'est pas un numéro de chambre, mais un invité reconnu.

10.2. Le "Name Usage" (LQA Standard)

Le nom du client doit être utilisé naturellement **au moins une fois** (idéalement deux) lors de l'interaction verbale ou téléphonique.

Techniques pour obtenir le nom :

- Regarder l'écran du PMS lorsque le client donne son numéro de chambre.
- Lire l'étiquette bagage (Luggage tag).
- Se baser sur le briefing matinal (VIP in-house).

Exemple : "Voici la confirmation de votre table au restaurant, Monsieur Dubois. Je vous souhaite une excellente soirée."

MODULE 11 : Mener de front le téléphone et le client physique (Priorisation)

11.1. Le cauchemar du Concierge

Vous avez un client physiquement devant vous, et le téléphone sonne. C'est la situation la plus délicate, car il faut respecter deux clients à la fois.

11.2. La Règle de Priorité

Le client en face-à-face a TOUJOURS la priorité sur le téléphone.

1. Le téléphone sonne. Vous regardez le client devant vous : *"Veuillez m'excuser un instant, Monsieur."*
2. Vous décrochez (pour respecter la règle des 3 sonneries) : *"Bonjour, Conciergerie. Je suis actuellement avec un client, puis-je vous mettre en attente musicale 30 secondes ?"*
3. Vous reprenez l'échange avec le client physique pour le terminer sereinement, puis vous reprenez le téléphone.

Ne laissez jamais un client en chair et en os attendre pendant que vous tapez la discussion avec un client au téléphone.

MODULE 12 : La reformulation et l'écoute active : Garantir la compréhension

12.1. Éviter le "Oui, oui" machinal

Le Concierge traite des dizaines de requêtes par heure. Le piège est d'écouter d'une oreille distraite et de supposer avoir compris.

12.2. La technique de l'Écoute Active

- **Le silence** : Laisser le client finir sa phrase sans l'interrompre.
- **L'Acquiescement non-verbal** : Hochements de tête, contact visuel.
- **La Reformulation** : C'est la clé de la sécurité opérationnelle. Avant de clôturer la demande, le Concierge résume l'information.

"Si je résume bien, Monsieur Dubois, vous souhaitez un véhicule privé pour demain matin 7h00, pour l'Aéroport Mohammed V, avec un siège auto pour un enfant de 3 ans. C'est bien cela ?"

MODULE 13 : Adapter son accueil aux profils VIP et aux cultures étrangères

13.1. L'Intelligence Interculturelle

Le luxe globalisé exige une adaptation à la personne que vous accueillez. Un accueil "à l'américaine" (informel et direct) choquera un client japonais.

13.2. L'Adaptabilité du Concierge

- **Les VIP (Célébrités, Politiques)** : Ils recherchent l'efficacité, la discrétion et la protection de leur espace personnel. L'accueil doit être professionnel, rapide, sans effusions, en évitant d'attirer l'attention du lobby sur eux.
- **Culture Asiatique** : Politesse extrême, évitement du contact physique (poignée de main non initiée), respect de la hiérarchie.
- **Culture du Moyen-Orient** : Accent mis sur l'hospitalité chaleureuse, respect de l'intimité familiale, connaissance de leurs préférences habituelles.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : Le test du multitâche

Contexte (Hôtel FAHO) : Le Concierge explique un itinéraire touristique sur une carte à un couple. Le téléphone VIP (Ligne directe de la Suite Présidentielle) sonne, et un autre client s'approche du bureau avec une valise.

L'Action du Concierge :

1. Il sourit au client qui approche avec la valise et fait un signe de tête à un bagagiste pour qu'il prenne le relais.
2. Il s'excuse auprès du couple : *"Veuillez m'excuser un bref instant."*
3. Il décroche la ligne VIP : *"Bonjour Monsieur, Conciergerie. Je termine une orientation et je suis à vous dans une minute, puis-je vous mettre en attente ?"*
4. Il termine rapidement l'explication sur la carte avec le couple, leur souhaite une bonne visite, et reprend la ligne VIP. Maîtrise totale du stress.

Cas N°2 : L'accueil d'un client furieux

Contexte : Un client s'approche du Desk en hurlant car sa voiture de location n'est pas arrivée.

L'Action du Concierge : Il se lève (pour être au même niveau physique), ne sourit pas (pour ne pas paraître moqueur), maintient un regard calme et dit : *"Je comprends tout à fait votre contrariété, Monsieur. Venez, asseyons-nous un instant,*

je vais régler ce problème avec l'agence immédiatement." L'accueil est ferme, empathique et orienté "Solution".

MODULE 15 : Conclusion et Grille d'Auto-Évaluation de l'Accueil

15.1. Le Concierge, visage de la promesse hôtelière

L'accueil n'est pas un texte appris par cœur, c'est une **posture**. Qu'il soit au téléphone ou derrière son desk, le Concierge doit transmettre la même énergie : *"Vous êtes au bon endroit, je m'occupe de tout."*

15.2. Checklist "Perfect Welcome" (À vérifier chaque jour)

- [] Ai-je **souri** physiquement avant de décrocher le téléphone aujourd'hui ?
- [] Ai-je respecté la **règle des 3 sonneries** pour tous mes appels ?
- [] Ai-je appliqué la **règle des 3 mètres** (contact visuel) avec tous les clients croisant la loge ?
- [] Ai-je utilisé le **nom du client** de manière naturelle et élégante ?
- [] Ma **posture** est-elle restée droite, bras ouverts, et professionnelle tout au long de mon service ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Communication & Relation Client

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