



RÉDACTION DE MESSAGES ET E-MAILS

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Communication Écrite - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : L'importance de la communication écrite en conciergerie
MODULE 2	Les règles d'or de la nétiquette hôtelière
MODULE 3	La structure parfaite d'un e-mail de conciergerie
MODULE 4	Les formules de politesse et de courtoisie (L'élégance du mot)
MODULE 5	Gérer les demandes d'information (Répondre avec précision et concision)
MODULE 6	Confirmer une réservation externe (Restaurants, Transports, Spectacles)
MODULE 7	L'e-mail de "Pre-Arrival" (Anticiper le séjour du client)
MODULE 8	Gérer l'insatisfaction ou la plainte par écrit (Empathie et diplomatie)
MODULE 9	Rédiger des messages internes (Notes, Logbook, Traces PMS)
MODULE 10	La communication instantanée (WhatsApp, SMS) avec le client

MODULE 11	Rédiger des recommandations sur-mesure (Itinéraires, Curation)
MODULE 12	Les erreurs fatales à éviter à l'écrit (Fautes, ton familier, jargon)
MODULE 13	Modèles (Templates) d'e-mails incontournables
MODULE 14	Cas Pratiques : Rédaction à l'Hôtel FAHO
MODULE 15	Conclusion et Grille d'Auto-Évaluation de la communication écrite

MODULE 1 : Introduction :

L'importance de la communication écrite en conciergerie

1.1. L'écrit comme vitrine de l'établissement

Dans l'hôtellerie de luxe, le premier contact d'un client avec la **Conciergerie** se fait très souvent par écrit (e-mail, formulaire web, WhatsApp) bien avant son arrivée physique. Un e-mail mal rédigé, froid ou comportant des fautes détruit instantanément l'image d'excellence de l'hôtel. L'écrit est le reflet direct du professionnalisme de l'équipe.

1.2. La permanence de l'écrit

Contrairement aux paroles qui s'envolent, les écrits restent. Un e-mail est un **engagement contractuel et moral**. Ce que le Concierge promet par e-mail devra être honoré. De plus, un message écrit peut être transféré, transféré à la Direction ou même partagé sur les réseaux sociaux. La rigueur doit y être absolue.

MODULE 2 : Les règles d'or de la nétiquette hôtelière

2.1. Qu'est-ce que la nétiquette ?

La nétiquette est l'ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement sur Internet. Dans un service de Conciergerie 5 étoiles, ces règles sont poussées à leur paroxysme.

2.2. Les commandements de l'e-mail

- **La réactivité** : Tout e-mail reçu doit faire l'objet d'une réponse (ou d'un accusé de réception) dans un délai de **2 à 4 heures** maximum pendant les heures ouvrables.
- **Le respect de la casse** : Ne jamais écrire en lettres capitales (CELA ÉQUIVAUT À CRIER).
- **La personnalisation** : Bannir les envois groupés sans Cci (Copie carbone invisible) et ne jamais répondre à un client sans utiliser son nom de famille.
- **La signature** : Tout message doit se terminer par la signature officielle de l'hôtel (Nom de l'agent, Titre "Concierge / Clefs d'Or", Coordonnées et Logo).

MODULE 3 : La structure parfaite d'un e-mail de conciergerie

3.1. Clarté et élégance

Un e-mail de luxe doit être visuellement aéré. Les clients n'ont pas le temps de lire de longs pavés de texte. L'information doit être structurée pour une lecture "en diagonale".

3.2. Les 5 blocs de la structure

1. **L'Objet (Subject)** : Doit être clair, précis et inclure le nom du client ou le numéro de réservation. (Ex : *"Votre séjour à l'Hôtel FAHO - Réservation de vos transferts"*).
2. **L'Appel (Salutation)** : Formel et personnalisé. (Ex : *"Cher Monsieur Dubois,"* ou *"Chère Famille Martin,"*).
3. **Le Corps du texte** : Un paragraphe d'introduction empathique (*"Nous nous réjouissons de vous accueillir..."*), suivi de l'information principale structurée avec des puces (bullet points) si nécessaire.
4. **L'Anticipation (Next step)** : Proposer une aide supplémentaire avant de clore. (Ex : *"Souhaitez-vous également que nous réservions votre dîner pour votre premier soir ?"*).
5. **La Clôture** : Une formule de courtoisie chaleureuse suivie de la signature professionnelle.

MODULE 4 : Les formules de politesse et de courtoisie (L'élégance du mot)

4.1. Le vocabulaire du luxe à l'écrit

Le choix des mots traduit le positionnement de l'hôtel. Le langage doit être soutenu sans être pompeux, chaleureux sans être familier.

4.2. Grille de correspondances

Expression standard (À éviter)	Expression de Conciergerie (À privilégier)
Bonjour,	Cher Monsieur Dubois, / Chère Madame,
Suite à votre demande...	Nous vous remercions pour votre message et sommes ravis de...
Je ne peux pas réserver ce restaurant.	Bien que ce restaurant affiche complet, j'ai le plaisir de vous proposer...
A plus tard / Cordialement,	Dans l'attente du plaisir de vous accueillir, nous vous prions de croire... / Sincères salutations,

Expression standard (À éviter)	Expression de Conciergerie (À privilégier)
N'hésitez pas si vous avez des questions.	La Conciergerie se tient à votre entière disposition pour parfaire l'organisation de votre séjour.

MODULE 5 : Gérer les demandes d'information (Répondre avec précision et concision)

5.1. La complétude de l'information

Lorsqu'un client pose trois questions dans un e-mail, il est inacceptable de ne répondre qu'à deux d'entre elles. L'Agent doit relire la demande initiale avant de cliquer sur "Envoyer".

5.2. L'art de la mise en page

Si la réponse implique des horaires, des prix ou des choix d'excursions, l'utilisation de listes à puces est obligatoire pour faciliter la lecture sur smartphone :

Exemple de présentation d'options :

"Pour votre visite guidée de la Médina, nous avons le plaisir de vous proposer deux options :

1. Visite Historique Privée (Demi-journée) :

- Départ de l'hôtel à 9h00 avec votre guide francophone.
- Tarif : 600 MAD.

2. Parcours Artisanat & Gastronomie (Journée complète) :

- Inclut le déjeuner dans un Riad traditionnel.
- Tarif : 1200 MAD."

MODULE 6 : Confirmer une réservation externe (Restaurants, Transports, Spectacles)

6.1. La preuve de l'efficacité

Le client fait appel au Concierge pour se décharger de la logistique. La confirmation écrite est le "reçu" qui rassure le client sur le fait que tout est sous contrôle.

6.2. Les éléments vitaux d'une confirmation

Un e-mail de confirmation pour un restaurant ou un transfert doit inclure tous les détails sans ambiguïté :

- **L'Entité** : Nom du restaurant / Compagnie de transport.
- **La Date et l'Heure** : Toujours préciser le jour de la semaine (Ex: *Mardi 14 Septembre à 20h30*).
- **Le Nombre de personnes** : (Ex: *Table pour 2 personnes*).
- **Les Détails spécifiques** : (Ex: *Nous avons bien précisé au Chef votre allergie aux fruits de mer* ou *Le chauffeur tiendra une pancarte à votre nom au terminal 2*).

- **Le Code vestimentaire (Dress Code)** : Très important pour les restaurants de luxe afin d'éviter un refus à l'entrée.

MODULE 7 : L'e-mail de "Pre-Arrival"

(Anticiper le séjour du client)

7.1. Le premier acte de l'expérience client

L'e-mail de pré-arrivée, généralement envoyé entre J-7 et J-3 avant l'arrivée du client, est l'outil commercial et d'accueil le plus puissant de la Conciergerie.

7.2. Les objectifs du Pre-Arrival

1. **Créer le contact émotionnel** : Signifier au client qu'il est attendu.
2. **Sécuriser la logistique** : Obtenir son heure d'arrivée (ETA) pour préparer la chambre et proposer un transfert aéroport (Cross-Selling).
3. **Lancer la planification** : Inciter le client à réserver le Spa ou les restaurants de l'hôtel avant qu'ils ne soient complets.
4. **Vérifier les préférences** : Demander s'il y a des allergies alimentaires ou une occasion spéciale à célébrer.

Note : Cet e-mail doit être court. S'il contient trop de texte ou de pièces jointes (PDF de 20 pages de spa), le client ne le lira pas.

MODULE 8 : Gérer l'insatisfaction ou la plainte par écrit (Empathie et diplomatie)

8.1. Désamorcer la bombe numérique

Répondre à un e-mail de plainte est un exercice d'équilibriste. À l'écrit, le ton peut vite paraître froid, défensif ou automatisé.

8.2. La structure de réponse à une plainte

- **Les Remerciements** : Toujours commencer par remercier le client d'avoir pris le temps de vous écrire. (*"Nous vous remercions sincèrement d'avoir partagé vos impressions avec nous."*)
- **L'Empathie et les Excuses** : Reconnaître le ressenti du client. (*"Nous sommes sincèrement navrés d'apprendre que le service de transfert n'a pas été à la hauteur de vos attentes."*)
- **L'Action (sans sur-justification)** : Expliquer les mesures correctives. Ne jamais blâmer un collaborateur spécifique.
- **L'Appel à l'échange** : Proposer systématiquement un appel téléphonique. (*"Le Chef Concierge souhaiterait s'entretenir avec vous de vive voix à ce sujet. Auriez-vous des disponibilités ce jour ?"*). L'oral permet de recréer du lien.

MODULE 9 : Rédiger des messages internes (Notes, Logbook, Traces PMS)

9.1. La communication invisible mais vitale

Le Concierge écrit autant pour ses clients que pour ses collègues (Réception, Gouvernantes, Room Service). La rigueur interne garantit la fluidité externe.

9.2. L'hygiène des "Traces" (PMS)

Les messages internes doivent être **télégraphiques, factuels et actionnables**. Il ne faut pas rédiger un roman pour la Réception.

Mauvaise trace : *"Le client a appelé, il était un peu énervé, il voudrait qu'on lui prépare un gâteau dans sa chambre car c'est l'anniversaire de sa femme Sophie."*

Bonne trace (Actionnable) : *"F&B/HK : Anniversaire Épouse (Sophie). Prévoir Gâteau Chocolat 2 pax + Setup Romantique en chambre pour 16h00. Facturé sur Window 2."*

MODULE 10 : La communication instantanée (WhatsApp, SMS) avec le client

10.1. L'ère du Concierge "dans la poche"

De plus en plus d'hôtels de luxe utilisent WhatsApp Business ou des applications dédiées pour communiquer avec le client pendant son séjour.

10.2. Les codes de la messagerie instantanée hôtelière

- **La Réactivité extrême** : Un message WhatsApp exige une réponse en moins de 5 minutes. Si la demande est complexe, envoyer un message de transition : *"Bien reçu Monsieur Dubois, je me renseigne et vous reviens dans 15 minutes."*
- **Le ton** : Plus concis qu'un e-mail, mais toujours poli. L'utilisation du nom de famille reste obligatoire au premier échange de la journée.
- **Les Emojis** : Tolérés avec parcimonie dans l'hôtellerie "Lifestyle" (ex: un emoji "voiture" pour confirmer un taxi), mais à bannir dans les Palaces ultra-classiques à moins que le client ne les utilise abondamment en premier (Effet miroir).

MODULE 11 : Rédiger des recommandations sur-mesure (Itinéraires, Curation)

11.1. L'art de la mise en scène écrite

Quand un client demande un itinéraire pour visiter la ville, le Concierge ne doit pas lui envoyer une liste de liens Wikipédia. Il doit "scénariser" la journée.

11.2. Exemple de rédaction d'itinéraire

Votre Journée "Découverte Historique" (Jeudi 12) :

10h00 : Départ de l'hôtel. Notre chauffeur vous déposera aux portes de la Kasbah des Oudayas.

10h30 - 12h30 : Visite guidée. Ne manquez pas les jardins andalous, où la lumière matinale est exceptionnelle pour vos photographies.

13h00 : Déjeuner. Nous vous avons réservé la meilleure table panoramique au restaurant "Le Dhow" (Réservation au nom de M. Dubois).

15h00 : Votre chauffeur vous attendra à la sortie pour vous raccompagner à l'hôtel afin de profiter de votre soin au Spa programmé à 16h00.

MODULE 12 : Les erreurs fatales à éviter à l'écrit (Fautes, ton familier, jargon)

12.1. Ce qui détruit le luxe instantanément

La crédibilité d'un Concierge s'effondre face à des erreurs d'inattention.

12.2. La Checklist des fautes écrites

- **La faute sur le nom du client** : C'est l'erreur impardonnable. Toujours vérifier l'orthographe du nom avec le passeport ou le profil PMS (ex: Gauthier vs Gautier).
- **Les fautes d'orthographe et de grammaire** : L'utilisation du correcteur orthographique est **obligatoire** avant tout envoi.
- **Le Jargon Hôtelier** : Ne jamais utiliser des termes techniques avec le client. Ne dites pas *"J'ai mis une trace dans le PMS pour votre late check-out"*, dites *"J'ai bien noté votre demande de départ tardif et informé notre équipe de réception."*
- **Le Copier-Coller aveugle** : Utiliser un "Template" (Modèle) sans changer la police d'écriture, la couleur, ou en oubliant de remplacer la mention *[Nom du Client]*.

MODULE 13 : Modèles (Templates) d'e-mails incontournables

13.1. Gagner du temps en sécurisant la forme

Le Concierge doit avoir une base de "Templates" validés par la Direction, qu'il va personnaliser à chaque envoi.

13.2. Le Template "Confirmation de Restaurant"

Objet : Votre réservation au Restaurant [Nom] - Hôtel FAHO

Cher Monsieur [Nom],

Suite à notre échange, j'ai le plaisir de vous confirmer votre réservation de table selon les détails suivants :

- **Restaurant :** [Nom du Restaurant]
- **Date :** [Jour + Date]
- **Heure :** [Heure]
- **Nombre de convives :** [Nombre]
- **Dress Code :** [Ex: Tenue de ville exigée, veston obligatoire]

Nous avons bien transmis au Chef vos restrictions alimentaires (sans gluten). Le trajet depuis l'hôtel prendra environ [X] minutes. Souhaitez-vous que nous vous réservions un véhicule ?

La Conciergerie reste à votre entière disposition.

Sincères salutations,

[Signature]

MODULE 14 : Cas Pratiques :

Rédaction à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La demande impossible

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client écrit pour réserver deux places pour un concert qui affiche complet depuis des mois.

La Réponse du Concierge :

"Cher Monsieur Martin, je vous remercie de votre confiance. L'événement que vous sollicitez est en effet l'un des plus prisés de l'année et la billetterie officielle affiche complet. Cependant, soyez assuré que j'ai d'ores et déjà activé notre réseau de partenaires exclusifs pour tenter de vous obtenir ces précieux sésames. Je vous tiendrai informé de nos avancées d'ici la fin de journée. Dans l'intervalle, la Conciergerie reste à votre disposition."

Cas N°2 : Le problème de transfert aéroport

Contexte : Le client envoie un WhatsApp furieux car son chauffeur de l'hôtel n'est pas à l'aéroport à l'heure prévue.

La Réponse du Concierge (Immédiate) :

"Cher Monsieur Dubois, je vous présente toutes mes excuses pour ce désagrément. Je suis en ligne avec notre chauffeur, il est bloqué dans l'enceinte de l'aéroport par la sécurité et sera devant votre terminal dans exactement 3 minutes. Il tiendra une pancarte numérique. Je reste en contact avec vous jusqu'à votre rencontre."

MODULE 15 : Conclusion et Grille d'Auto-Évaluation de la communication écrite

15.1. L'élégance numérique

La plume d'un Concierge doit être aussi soignée que son uniforme. Dans un monde de plus en plus numérisé, la capacité à transmettre chaleur, efficacité et empathie à travers un écran est la marque des plus grands professionnels de l'hospitalité.

15.2. Checklist "Perfect Email" (Avant de cliquer sur Envoyer)

- [] L'Objet de l'e-mail est-il clair et contient-il le nom du client ?
- [] Le nom de famille du client est-il correctement orthographié (Vérifié avec le passeport/PMS) ?
- [] Ai-je répondu à **TOUTES** les questions posées dans l'e-mail initial ?
- [] Le texte est-il aéré (utilisation de paragraphes et de listes à puces) ?
- [] Ai-je proposé une aide complémentaire (Anticipation / Cross-selling) ?
- [] La mise en page (polices, tailles) est-elle uniforme (pas de traces de copier-coller) ?
- [] Ai-je passé le correcteur orthographique ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Communication Écrite

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