



RÉSERVATIONS : RESTAURANTS, ACTIVITÉS ET TRANSPORTS

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Le Concierge, curateur de l'expérience
MODULE 2	Développer et entretenir son réseau local (Le Carnet d'Adresses)
MODULE 3	Le processus universel de réservation : Qualification et Confirmation
MODULE 4	Réservations de Restaurants : Les clés de la gastronomie locale
MODULE 5	L'art d'obtenir l'impossible : Les tables complètes
MODULE 6	Réservations de Transports : Taxis, VTC et Transferts
MODULE 7	Logistique complexe : Jets privés, Hélicoptères et Yachts
MODULE 8	Réservations d'Activités : Culture, Musées et Billetterie VIP
MODULE 9	Excursions et Guides privés : L'expérience sur-mesure
MODULE 10	Le Bien-être et le Soin : Spas, Coiffeurs et Entraîneurs personnels
MODULE 11	Les imprévus : Gérer les No-Shows, les retards et les annulations

MODULE 12	Outils numériques et logiciels de conciergerie (Alice, SevenRooms)
MODULE 13	Éthique, commissions et relations avec les prestataires
MODULE 14	Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO
MODULE 15	Conclusion et Checklist du "Perfect Booking"

MODULE 1 : Introduction : Le Concierge, curateur de l'expérience

1.1. Plus qu'un simple agent de réservation

Dans un établissement de luxe, le Concierge n'est pas un annuaire téléphonique humain ni un simple preneur de commandes. Il est le **curateur** du séjour de son client. Réserver une table ou un transfert est l'acte final d'un processus complexe qui implique d'écouter, de comprendre le besoin caché, de sélectionner le meilleur prestataire et de garantir l'excellence de l'exécution.

1.2. La valeur ajoutée de la Loge

Aujourd'hui, les clients peuvent tout réserver eux-mêmes sur leur smartphone. Pourquoi passent-ils par le Concierge ? Pour trois raisons majeures :

1. **L'accès** : Obtenir ce qui n'est plus disponible au public.
2. **Le statut** : Être traité en VIP car ils viennent de la part du Concierge.
3. **La sécurité** : Avoir la garantie que le prestataire a été audité et validé par l'hôtel.

MODULE 2 : Développer et entretenir son réseau local (Le Carnet d'Adresses)

2.1. Le capital d'un grand Concierge

Un Concierge (particulièrement s'il arbore les Clefs d'Or) ne vaut que par la qualité de son réseau. Ce carnet d'adresses ne s'achète pas, il se cultive jour après jour, en allant physiquement à la rencontre des acteurs de la ville.

2.2. L'entretien du réseau

- **Le terrain (Fam Trips) :** Le Concierge visite les nouveaux restaurants, goûte la carte, rencontre le Chef et le Maître d'Hôtel. Il ne recommande jamais un établissement qu'il n'a pas testé ou validé.
- **L'art du renvoi d'ascenseur :** Le Concierge entretient d'excellentes relations avec ses prestataires (fleuristes, chauffeurs). Il les remercie, leur envoie du volume, ce qui lui permettra de demander des "faveurs" le jour où il en aura besoin pour un client VIP.
- **La collaboration inter-hôtels :** Un vrai Concierge est en contact avec les concierges des autres hôtels de la ville pour s'entraider (trouver une place de concert, échanger des bons plans).

MODULE 3 : Le processus universel de réservation : Qualification et Confirmation

3.1. Ne jamais agir sans avoir qualifié le besoin

Réserver à la hâte conduit inévitablement à l'insatisfaction. Le Concierge doit mener un bref entretien pour "qualifier" (comprendre) la demande exacte.

3.2. Les étapes de la réservation (SOP)

1. **La Découverte** : Quel est le contexte ? (Affaires, romantique, familial). Quelles sont les contraintes ? (Budget, allergies, mobilité).
2. **La Proposition** : Offrir 2 à 3 choix pertinents. Argumenter chaque choix.
3. **La Prise de contact** : Le Concierge appelle le prestataire. Il s'annonce toujours : *"Bonjour, c'est Karim, Concierge à l'Hôtel FAHO. Je souhaite réserver pour l'un de mes clients VIP."*
4. **Le Verrouillage** : Transmettre les détails (allergies, anniversaire).
5. **La Confirmation au client** : Remettre une carte de l'hôtel (ou un email) avec : Nom du lieu, Adresse précise, Heure, Code vestimentaire, Temps de trajet.

MODULE 4 : Réservations de Restaurants : Les clés de la gastronomie locale

4.1. L'expertise culinaire

La demande de restaurant représente près de 60% de l'activité de la loge le soir. Le Concierge doit être un véritable guide Michelin local.

4.2. Les catégories à maîtriser

Type d'Établissement	Profil Client idéal	Ce que le Concierge doit vérifier
L'Étoilé / Gastronomique	Couple, Célébration, Repas d'Affaires de haut niveau.	Le Dress Code strict (Cravate ?), la politique d'annulation (empreinte bancaire requise).
L'Authentique / Traditionnel	Touristes en quête d'expérience locale.	La qualité de l'hygiène, la disponibilité de plats végétariens, l'accessibilité (ruelles de la Médina).

Type d'Établissement	Profil Client idéal	Ce que le Concierge doit vérifier
Le "Trendy" / Festif	Jeunes couples, Groupes d'amis, Clients "Lifestyle".	L'heure de montée du volume musical, l'âge minimum, l'ambiance au bar.

MODULE 5 : L'art d'obtenir l'impossible : Les tables complètes

5.1. Le Mythe du Concierge magicien

Le client s'attend à ce que le Concierge obtienne une table un samedi soir à 20h dans le restaurant le plus en vue de la ville, même si celui-ci est complet depuis deux mois. C'est ici qu'intervient le savoir-faire.

5.2. Les stratégies de déblocage

- **Le "Hold" (La table du Concierge)** : Certains grands restaurants gardent en permanence une table bloquée pour les Concierges des Palaces de la ville jusqu'à 18h. C'est le pouvoir du réseau.
- **L'appel de persuasion** : Le Concierge appelle le directeur du restaurant : *"Paul, j'ai une grande faveur à te demander pour le PDG d'un grand groupe logé chez nous. Si tu me le prends à 21h30, je t'assure qu'ils seront rapides."*
- **Le Plan B** : Si c'est réellement impossible, le Concierge doit proposer un plan B si exceptionnel que le client oubliera sa demande initiale. *"Ce restaurant est privatisé ce soir, en revanche, j'ai réussi à vous obtenir la table du Chef chez [Nom d'un autre excellent restaurant], avec une visite des cuisines."*

MODULE 6 : Réservations de Transports : Taxis, VTC et Transferts

6.1. La sécurité du voyageur

Confier un client à un chauffeur, c'est engager la responsabilité de l'hôtel. Le transport ne tolère aucun retard ni aucun comportement inapproprié.

6.2. La gestion des différentes flottes

Le Concierge doit aiguiller le client vers la bonne solution :

- **La flotte de l'Hôtel (House Cars)** : Les véhicules de luxe appartenant à l'hôtel. À proposer en priorité absolue pour les transferts aéroport (garantie de sécurité, facturation sur la chambre, Wi-Fi, eau fraîche).
- **Les VTC / Limousines partenaires** : Agences externes auditées par l'hôtel. Le Concierge doit s'assurer que le chauffeur sera en costume, avec une pancarte propre, et sans retard.
- **Le Taxi standard** : Pour de courtes distances. Le voiturier a pour consigne de noter le numéro de plaque du taxi qui prend un client de l'hôtel (mesure de sécurité et de récupération d'objets perdus).

MODULE 7 : Logistique complexe :

Jets privés, Hélicoptères et Yachts

7.1. Servir la clientèle Ultra High Net Worth (UHNWI)

Dans les hôtels de grand luxe, la conciergerie est parfois amenée à traiter des demandes de transport exceptionnelles. Ces demandes exigent un professionnalisme extrême et une discrétion totale.

7.2. Les protocoles VIP

1. **Le courtier aérien (Broker)** : L'hôtel possède généralement une liste de courtiers certifiés. Le Concierge les contacte avec les détails (Nombre de PAX, destination, type de jet souhaité, catering à bord).
2. **Le transfert piste (Tarmac transfer)** : Le Concierge organise l'accès du véhicule de l'hôtel directement sur le tarmac de l'aéroport privé pour éviter tout passage par l'aérogare.
3. **Catering de luxe** : Souvent, le client demandera que les repas à bord soient préparés par le Chef de l'hôtel. Le Concierge coordonne la préparation et le conditionnement thermique avec la cuisine.

MODULE 8 : Réservations d'Activités : Culture, Musées et Billetterie VIP

8.1. L'enrichissement culturel

Le Concierge doit connaître la programmation culturelle de la ville (Opéras, expositions temporaires, festivals) et être proactif dans ses recommandations.

8.2. Offrir l'accès privilégié

Un Concierge ne se contente pas de vendre un billet d'entrée. Il vend un privilège :

- **Billets Coupe-file (Skip-the-line)** : Éviter au client de faire deux heures de queue sous le soleil.
- **Visites privées après la fermeture** : Faire ouvrir un musée ou une galerie d'art spécialement pour le client VIP de l'hôtel en soirée.
- **Les places VIP** : Avoir un contact (ticket broker) capable de trouver des places au premier rang pour un concert affichant complet (souvent avec un "Premium fee" que le client est prêt à payer).

MODULE 9 : Excursions et Guides privés : L'expérience sur-mesure

9.1. L'impact du Guide

Le guide touristique que vous choisissez sera l'ambassadeur de votre hôtel pendant plusieurs heures. S'il est ennuyeux ou s'il force le client à acheter dans certaines boutiques pour toucher des commissions, la réputation de l'hôtel en pâtira.

9.2. L'organisation de l'excursion

Pour une excursion réussie, le Concierge doit :

- **Sélectionner le Guide** : Choisir un guide officiel, certifié, dont la personnalité correspond au client (un guide dynamique pour une famille, un guide expert en histoire de l'art pour des seniors passionnés).
- **Définir les règles** : Interdire formellement au guide de faire des arrêts "shopping" non sollicités. L'excursion doit être 100% dédiée au plaisir du client.
- **Préparer la logistique** : Eau fraîche, serviettes (Oshibori) dans le véhicule, et déjeuner pré-réservé sur le trajet.

MODULE 10 : Le Bien-être et le Soins :

Spas, Coiffeurs et Entraîneurs personnels

10.1. Le sanctuaire du voyageur

Le bien-être est devenu central dans l'hôtellerie de luxe. La Conciergerie travaille en étroite collaboration avec le Spa de l'hôtel, mais doit aussi savoir répondre aux demandes externes.

10.2. Les réservations Bien-être

- **Priorité à l'interne** : Vendre en priorité le Spa de l'hôtel. Si complet, proposer de faire venir un thérapeute en chambre (In-room massage).
- **Le Personal Shopper / Coach** : Trouver un entraîneur personnel bilingue pour un footing matinal, ou un professeur de yoga privé sur la terrasse de la suite.
- **Urgences beauté** : Avoir un coiffeur ou un maquilleur de talent capable de se déplacer en chambre à la dernière minute pour une cliente devant se rendre à un dîner de gala.

MODULE 11 : Les imprévus : Gérer les No-Shows, les retards et les annulations

11.1. Protéger le client et le prestataire

L'hôtellerie est l'art de gérer l'imprévu. Le Concierge doit s'assurer qu'aucun aléa ne pénalise ses partenaires ou ses clients.

11.2. La gestion des crises de planning

- **Le client est très en retard au restaurant** : Le Concierge appelle immédiatement le Maître d'Hôtel pour prévenir et sauver la table. Il propose de pré-commander les entrées si la cuisine menace de fermer.
- **L'annulation de dernière minute** : Si le client annule, le Concierge DOIT appeler le restaurant ou le chauffeur pour annuler. Le respect des partenaires est vital pour le réseau. Si une pénalité financière s'applique, elle est imputée sur la note de la chambre après en avoir informé le client.
- **Le prestataire fait défaut (No-show du chauffeur)** : Le Concierge trouve un véhicule de remplacement de l'hôtel instantanément et offre le trajet au client pour compenser le stress généré.

MODULE 12 : Outils numériques et logiciels de conciergerie

12.1. La modernisation de la Loge

Le grand cahier en cuir du Concierge est aujourd'hui remplacé par des logiciels ultra-performants qui centralisent les réservations et gardent la trace de tout.

12.2. Les systèmes incontournables

L'équipe doit maîtriser :

- **ALICE / HotSOS** : Pour tracer les requêtes internes et les demandes de transport (historique, temps d'attente, qui a traité la demande).
- **SevenRooms / TheFork / OpenTable** : Pour accéder directement aux inventaires de tables de certains restaurants partenaires.
- **Le PMS (Opera / Fidelio)** : Pour enregistrer la réservation dans les *Traces* du client et pour facturer (Postings) les billets ou les taxis avancés par l'hôtel.

MODULE 13 : Éthique, commissions et relations avec les prestataires

13.1. L'intégrité du Concierge "Clefs d'Or"

Le sujet des commissions est tabou mais bien réel dans le métier. Un Concierge de grand luxe est guidé par une règle absolue : **L'intérêt du client prime toujours sur l'intérêt financier personnel.**

13.2. Le Code d'Honneur

1. Ne jamais orienter un client vers un restaurant médiocre sous prétexte que le propriétaire verse une grosse commission ou des enveloppes (Kickbacks).
2. Si un prestataire offre une commission officielle (comme les agences de location de voiture), celle-ci doit être transparente vis-à-vis de la direction de l'hôtel.
3. Le cadeau d'un prestataire (une bouteille de vin, un repas offert) est une marque de courtoisie courante, mais elle ne doit jamais "acheter" la recommandation du Concierge. L'éthique est le fondement de la réputation.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : Le transfert aéroport VIP

Contexte (Hôtel FAHO) : Un PDG arrive à l'Aéroport de Rabat-Salé. Il a demandé un transfert via la Conciergerie.

Exécution : Le Concierge a réservé la Mercedes Classe S de l'hôtel. Il a vérifié le statut du vol sur FlightRadar (pour ne pas faire poireauter le chauffeur). Le chauffeur a une tablette numérique avec le logo de l'Hôtel FAHO et le nom du client. Des serviettes rafraîchissantes et une bouteille d'eau sont à bord. Le Concierge attend sur le parvis à l'heure précise d'arrivée pour accueillir le PDG et l'escorter directement dans sa suite.

Cas N°2 : Le restaurant impossible

Contexte : Un couple en lune de miel demande à 18h une table au restaurant "Le Dhow" pour le soir même, mais c'est complet.

Exécution : Le Concierge appelle le gérant du "Dhow". En tant que partenaire de longue date, le Concierge parvient à faire rajouter une table pour 21h30. Pour compenser l'heure tardive, le Concierge offre deux coupes de champagne au bar de l'Hôtel FAHO à 20h30. Le couple est ravi de cette organisation fluide et attentionnée.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist

du "Perfect Booking"

15.1. Le chorégraphe de la ville

Le Concierge est le metteur en scène du séjour de son client. Chaque réservation est une note dans la partition globale. Un restaurant mal choisi, un taxi en retard, ou un guide ennuyeux sont des fausses notes qui gâchent la mélodie du luxe.

15.2. Checklist "Perfect Booking"

- [] Ai-je **qualifié** le besoin (budget, ambiance, restrictions) avant de proposer un choix ?
- [] Ai-je proposé au moins **deux options** distinctes au client ?
- [] Ai-je mentionné à mon prestataire qu'il s'agit d'un client **VIP de notre hôtel** ?
- [] Ai-je remis une **confirmation écrite** (carte ou email) contenant la date, l'heure, l'adresse et le Dress Code ?
- [] Ai-je **annulé** auprès du prestataire si le client a changé d'avis, pour protéger le réseau de l'hôtel ?
- [] Ai-je noté l'action dans le **Logbook ou PMS** pour assurer le suivi par mon collègue du soir ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Logistique & Réseau

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