



ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS ET EXPÉRIENCES

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Événementiel & Création d'Expériences - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Le Concierge, créateur de moments d'exception
MODULE 2	L'art du Brief : Comprendre le besoin et l'intention du client
MODULE 3	La proposition de valeur : Scénariser l'expérience
MODULE 4	La gestion logistique : Le nerf de la guerre
MODULE 5	La sélection et coordination des prestataires (Fleuristes, Musiciens)
MODULE 6	Créer une demande en mariage inoubliable (Le classique absolu)
MODULE 7	Organiser un anniversaire surprise en chambre ou au restaurant
MODULE 8	Expériences locales et exclusives (Le "Money can't buy")
MODULE 9	Le tourisme d'affaires : Réunions et repas d'affaires de haut niveau
MODULE 10	La coordination interdépartementale (F&B, Housekeeping, Sécurité)
MODULE 11	

Budget et facturation : Gérer l'argent du client avec transparence

MODULE 12 Le plan de contingence (Plan B) : Gérer les imprévus (météo, retards)

MODULE 13 Le jour J : L'orchestration en coulisses et l'invisibilité du Concierge

MODULE 14 Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO

MODULE 15 Conclusion et Checklist de l'Événement Parfait

MODULE 1 : Introduction : Le Concierge, créateur de moments d'exception

1.1. De la transaction à l'émotion

La conciergerie ne se résume pas à l'orientation géographique ou à la réservation d'un taxi. Dans l'hôtellerie de luxe, le client recherche de l'extraordinaire. Lorsqu'il fait appel au Concierge pour organiser un événement, il lui confie une parcelle de sa vie privée : une demande en mariage, un anniversaire décisif, ou la signature d'un contrat majeur. Le Concierge devient un véritable "Event Planner" (Organisateur d'événements) miniature.

1.2. La promesse du sur-mesure

Il n'existe pas de "package standard" en conciergerie de luxe. Chaque proposition doit être dessinée spécifiquement pour le client qui la demande. L'organisation d'une expérience est une alchimie subtile entre la créativité (imaginer ce qui plaira) et la rigueur d'exécution (s'assurer que tout se déroule comme prévu).

MODULE 2 : L'art du Brief :

Comprendre le besoin et l'intention du client

2.1. L'entretien de découverte

Tout événement réussi commence par un brief parfaitement exécuté. Le Concierge doit poser les bonnes questions pour comprendre l'intention réelle du client. Souvent, le client sait ce qu'il veut fêter, mais ne sait pas comment.

2.2. La Checklist du Brief (Les "5 W")

- **Who (Qui)** : Pour qui est l'événement ? Quel âge ? Quelle relation (épouse, client, enfant) ? Quelles sont les passions de cette personne ?
- **What (Quoi)** : Quelle est l'occasion (Anniversaire, diplôme, fiançailles) ?
- **When (Quand)** : La date et surtout *l'heure précise* (Crucial pour la logistique et les lumières).
- **Where (Où)** : Préfère-t-il l'intimité de la chambre, le faste du restaurant de l'hôtel, ou une excursion à l'extérieur ?
- **Why (Pourquoi)** : Quelle est l'émotion recherchée ? (Romantisme intime, fête spectaculaire, solennité).
- **Budget** : Une question à poser avec un tact extrême. *"Pour nous permettre de vous proposer des options parfaitement adaptées, avez-vous une enveloppe budgétaire en tête pour cette surprise ?"*

MODULE 3 : La proposition de valeur :

Scénariser l'expérience

3.1. Ne vendez pas une prestation, vendez un souvenir

Une fois le brief recueilli, le Concierge doit concevoir l'événement. La présentation au client ne doit pas être une simple liste de prix. Elle doit raconter une histoire (Storytelling).

3.2. Comment rédiger la proposition

Exemple (Demande en mariage) :

À éviter : "Nous pouvons mettre des pétales sur le lit pour 500 MAD et commander une bouteille de champagne pour 1200 MAD."

Standard de Luxe : "Pendant que vous dînez, notre équipe de couverture transformera votre suite. À votre retour, Madame découvrira un chemin de pétales de roses rouges menant à la terrasse, éclairée à la lueur des bougies. Deux coupes de notre meilleur champagne vous attendront face à la vue panoramique de Rabat, avec une musique de fond romantique que vous aurez préalablement choisie. L'écrin sera discrètement dissimulé près des coupes."

MODULE 4 : La gestion logistique : Le nerf de la guerre

4.1. L'idée ne vaut rien sans l'exécution

Une fois le scénario validé par le client, le rêve doit se transformer en un plan d'action (Timeline) millimétré. Une erreur de 5 minutes peut ruiner une surprise.

4.2. Le Retro-planning

Pour un événement le Jour J à 20h00 :

- **J-7** : Validation de la proposition et du budget. Commande ferme des prestataires externes (fleuriste, musiciens).
- **J-2** : Confirmation (Re-check) avec le restaurant ou le Housekeeping.
- **Jour J (15h00)** : Livraison des éléments (fleurs, cadeaux) à la Conciergerie.
- **Jour J (18h00)** : Briefing final avec le Maître d'hôtel ou la Gouvernante.
- **Jour J (19h30)** : Contrôle visuel de l'installation par le Concierge (Inspection).
- **Jour J (20h00)** : Déclenchement de l'événement.

MODULE 5 : La sélection et coordination des prestataires (Fleuristes, Musiciens)

5.1. Le réseau d'excellence

Le Concierge n'est pas artisan fleuriste ni pilote d'hélicoptère. Sa force réside dans son carnet d'adresses de partenaires de confiance capables de délivrer un service 5 étoiles.

5.2. Les standards de coordination

- **Le Brief Prestataire** : Le fleuriste ne doit pas livrer "un bouquet". Il doit livrer *"50 roses rouges, tiges équeutées à 40cm, dans un vase transparent cylindrique"*. La précision évite les déceptions.
- **La Ponctualité** : Le Concierge exige que les prestataires externes (comme des musiciens) arrivent **30 minutes en avance**, par l'entrée de service, pour éviter de croiser le client dans le hall.
- **Le Contrôle Qualité** : Aucun produit (gâteau, fleurs) n'est envoyé en chambre ou sur table sans avoir été inspecté visuellement par le Concierge ou son assistant.

MODULE 6 : Créer une demande en mariage inoubliable (Le classique absolu)

6.1. Une responsabilité écrasante

La demande en mariage est le summum de l'événementiel hôtelier. Le stress du client (celui qui fait la demande) est maximal. Le rôle du Concierge est de le rassurer totalement.

6.2. Les scénarios éprouvés

- **Le scénario "En Chambre" (In-Room Setup)** : Création d'un "Setup Romantique" pendant que le couple dîne à l'extérieur. *Risque : Le couple décide de rentrer plus tôt que prévu. Le Concierge doit s'assurer avec le portier qu'ils sont bien partis, et le client doit prévenir par SMS s'il change ses plans.*
- **Le scénario "Au Restaurant"** : Coordination avec le Maître d'Hôtel. Le dessert arrive recouvert d'une cloche en argent. Le serveur soulève la cloche, révélant la bague de fiançailles (posée sur un lit de pétales). Le Concierge aura préalablement gardé la bague dans le coffre-fort de la loge toute la journée pour éviter que la fiancée ne la trouve dans la valise.

MODULE 7 : Organiser un anniversaire surprise en chambre ou au restaurant

7.1. Joie et Festivité

L'anniversaire demande souvent moins de solennité qu'une demande en mariage, mais tout autant de coordination et d'effets visuels.

7.2. Les détails qui comptent

1. **Le Gâteau** : Toujours vérifier l'orthographe exacte du prénom pour l'écriture en chocolat sur le gâteau. Poser la question des allergies (arachides, gluten).
2. **Les Ballons** : Si le client demande des ballons à l'hélium, s'assurer que le plafond de la chambre s'y prête et commander au prestataire la veille (l'hélium se dégonfle vite).
3. **L'effet de groupe** : S'il y a des invités (non-résidents de l'hôtel), le Concierge organise leur accueil furtif dans le lobby et les installe en silence dans le lieu de la surprise avant l'arrivée du fêté.

MODULE 8 : Expériences locales et exclusives (Le "Money can't buy")

8.1. Créer de l'inédit

Le luxe ultime n'est pas ce qui est cher, c'est ce qui est exclusif et inaccessible au grand public. Le Concierge doit proposer des expériences "Money can't buy".

8.2. Scénariser la ville

Exemples de créations de la Conciergerie :

- Organiser un vol en hélicoptère au coucher du soleil suivi d'un dîner privatisé en plein désert ou dans une oasis (coordination avec une agence de voyage de luxe locale).
- Faire ouvrir une galerie d'art renommée de Rabat en pleine nuit pour une visite privée au champagne, accompagnée par l'artiste lui-même.
- Organiser un cours de cuisine privé non pas dans une école, mais dans la cuisine personnelle d'une grande figure de la gastronomie locale.

MODULE 9 : Le tourisme d'affaires :

Organiser des réunions et repas d'affaires de haut niveau

9.1. L'enjeu Business

Quand un PDG ou un diplomate demande d'organiser un repas d'affaires, l'enjeu n'est pas le romantisme, mais le **statut, la confidentialité et l'efficacité**. Des millions peuvent être en jeu.

9.2. Les exigences Corporate

- **Le Placement (Seating) :** Le Concierge exige une table "de pouvoir" (Power Table) au fond du restaurant, dans un angle, pour que les clients voient la salle sans être entendus.
- **La Technologie :** S'assurer que le salon privé (Private Dining Room) possède un accès Wi-Fi sécurisé et des prises pour brancher des ordinateurs discrètement.
- **La Facturation (Seamless) :** Le client hôte ne doit jamais voir l'addition devant ses invités. Le Concierge s'assure que la note sera discrètement postée sur la chambre de l'hôte (Posting) sans présentation à table.

MODULE 10 : La coordination interdépartementale (F&B, Housekeeping, Sécurité)

10.1. Le Concierge : un chef d'orchestre sans instrument

Le Concierge ne fait ni les lits, ni la cuisine. Pour qu'une expérience soit réussie, il dépend entièrement des autres départements de l'hôtel. Son rôle est de fédérer.

10.2. Les relais indispensables

- **Avec le F&B (Restauration)** : Pour le gâteau, le champagne, le service en chambre. Le Concierge envoie un *Event Order* ou un email détaillé au Room Service.
- **Avec le Housekeeping (Gouvernantes)** : Pour le nettoyage de la chambre *avant* l'installation des fleurs, ou la création des animaux en serviettes (Towel art) sur le lit.
- **Avec la Sécurité** : Pour permettre l'accès discret d'un photographe ou d'un musicien extérieur à l'étage du client sans éveiller les soupçons.

MODULE 11 : Budget et facturation :

Gérer l'argent du client avec transparence

11.1. La confiance n'exclut pas le contrôle

Même si les clients de l'hôtellerie de luxe ont des moyens importants, ils détestent les surprises financières désagréables. Le Concierge gère parfois de fortes sommes d'argent (avances pour prestataires).

11.2. Le processus financier sécurisé

1. **Devis écrit** : Toute expérience (fleurs, décoration, limousine) doit faire l'objet d'un accord écrit (e-mail) du client avec le tarif TTC mentionné.
2. **Avance de l'hôtel (Paid-out)** : Le Concierge utilise la caisse de l'hôtel pour payer le prestataire externe à la livraison.
3. **Facturation au client** : Le montant est transféré (posté) sur la note de la chambre du client, avec tous les justificatifs (reçus) conservés précieusement à la loge en cas de contestation lors du départ (Check-out).

MODULE 12 : Le plan de contingence

(Plan B) : Gérer les imprévus

12.1. S'attendre au pire pour garantir le meilleur

Dans l'événementiel, tout ce qui peut mal tourner finira par mal tourner (Loi de Murphy). Un Concierge d'exception a toujours un Plan B.

12.2. Anticipation des risques majeurs

- **Le facteur Météo** : Un dîner romantique prévu sur la terrasse avec vue sur mer. Si le vent se lève ou qu'il pleut, le Concierge a déjà "bloqué" une table équivalente à l'intérieur du restaurant, ou préparé la Suite pour un dîner privé.
- **Le retard du client** : Si le client est bloqué dans la circulation et va rater le coucher du soleil pour sa demande en mariage, le Concierge prévient le photographe et le batelier (si c'est sur une barque) de décaler l'heure.
- **La rupture de stock** : Le fournisseur n'a pas les roses rouges prévues. Le Concierge doit savoir trouver un plan B auprès d'un autre fleuriste en moins d'une heure.

MODULE 13 : Le jour J :

L'orchestration en coulisses et l'invisibilité

13.1. Être partout sans être vu

Le paradoxe de l'expérience parfaite, c'est que le client doit avoir l'impression que la magie opère toute seule. Le Concierge est le metteur en scène caché.

13.2. L'exécution (Le "Run")

Lors d'une surprise en chambre :

- Le Concierge retient le client dans le hall sous un prétexte (un plan à expliquer, une discussion).
- Pendant ce temps, son assistant coordonne la mise en place (fleurs, bougies, musique) avec le Room Service au 4ème étage.
- L'assistant envoie un SMS au Concierge : "Setup Ready".
- Le Concierge souhaite une excellente soirée au client, qui monte sereinement. La synchronisation est parfaite, le Concierge n'a jamais quitté le lobby.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La demande en mariage ruinée de justesse

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client a prévu de faire sa demande lors d'un pique-nique chic organisé par le Concierge dans les jardins exotiques de Rabat. Une heure avant, un violent orage éclate.

L'Action du Concierge (Plan B) : Le Concierge rapatrie d'urgence le pique-nique. Il contacte le Spa de l'hôtel FAHO et fait privatiser la piscine intérieure chauffée. Il dispose le pique-nique chic au bord de l'eau, entouré de bougies, dans une atmosphère de serre tropicale. La surprise est sauvée, le client trouve le Plan B encore plus intime que le plan initial.

Cas N°2 : Le cadeau introuvable

Contexte : Un mari souhaite offrir à sa femme une pâtisserie très spécifique de son enfance marocaine pour fêter leurs noces de diamant.

L'Action du Concierge : Impossible de trouver cela en boutique. Le Concierge fait appel au Chef Pâtissier de l'Hôtel FAHO. Ils recherchent ensemble la vieille recette, la reproduisent en urgence l'après-midi, et la servent au dîner avec un mot racontant la démarche. L'émotion de la cliente atteint son paroxysme.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist de l'Événement Parfait

15.1. L'architecte des souvenirs

La création d'expériences est ce qui rend le métier de Concierge si noble et si passionnant. C'est l'art de transformer le rêve vague d'un client en une réalité palpable, précise et inoubliable. Votre succès se mesure aux larmes de joie ou aux sourires de vos clients.

15.2. Checklist "Perfect Experience"

- ☐ Ai-je qualifié l'intention profonde du client (les 5 W) ?
- ☐ Ai-je proposé un scénario créatif (Storytelling) au lieu d'une liste de prix ?
- ☐ Le budget a-t-il été validé par écrit par le client ?
- ☐ Le rétro-planning est-il partagé avec tous les départements concernés (F&B, HK) ?
- ☐ Ai-je prévu un Plan B (météo, retard) pour chaque étape critique ?
- ☐ Ai-je inspecté visuellement le résultat (fleurs, gâteau, table) avant l'arrivée du client ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Événementiel & Création d'Expériences

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