



COMMUNICATION AVEC LES CLIENTS

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Bagagerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module "Excellence Relationnelle" - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : La communication, cœur du métier d'hospitalité
MODULE 2	La règle des 3V : Verbal, Vocal, Visuel
MODULE 3	Le langage corporel : L'art du non-verbal pour le Bagagiste
MODULE 4	Le vocabulaire d'excellence : Les mots à utiliser et à bannir
MODULE 5	L'art du "Small Talk" : Créer un lien lors de l'escorte
MODULE 6	L'écoute active et la reformulation des besoins
MODULE 7	La communication interculturelle : S'adapter aux nationalités
MODULE 8	L'étiquette téléphonique au desk de la Bagagerie
MODULE 9	Répondre aux questions fréquentes (Informations locales)
MODULE 10	Gérer les clients mécontents : La méthode L.E.A.R.N.
MODULE 11	L'intelligence émotionnelle et l'anticipation des attentes
MODULE 12	Le "Soft-Selling" : Promouvoir les services de l'hôtel
MODULE 13	La communication interne : Transmettre l'information aux collègues

MODULE 14 Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO

MODULE 15 Conclusion et Checklist "Excellence Relationnelle"

MODULE 1 : Introduction : La communication, cœur du métier

1.1. Plus qu'un logisticien, un interlocuteur

Si la mission physique du bagagiste est de transporter des biens, sa mission psychologique est de transporter des émotions. Un bagagiste passe la majeure partie de sa journée à communiquer : avec les clients à la porte, avec les hôtes dans les ascenseurs, avec les chauffeurs de taxi et avec ses collègues. La qualité de cette communication définit le standing de l'établissement.

1.2. L'impact de la parole dans le luxe

Dans l'hôtellerie haut de gamme, le client n'achète pas seulement un lit, il achète de la reconnaissance et du service. Une communication maladroite peut détruire une expérience client parfaite en quelques secondes. À l'inverse, une communication chaleureuse, empathique et polie fidélise le client bien plus efficacement qu'un décor luxueux.

MODULE 2 : La règle des 3V : Verbal, Vocal, Visuel

2.1. Les composantes du message

Le psychologue Albert Mehrabian a théorisé la fameuse règle des 3V, qui démontre que la communication ne se limite pas aux mots choisis.

2.2. Répartition de l'impact

- **7% pour le VERBAL (Les mots)** : Le choix du vocabulaire, la grammaire, les formules de politesse.
- **38% pour le VOCAL (Le ton)** : L'intonation, le volume, le rythme de la voix. Un "Bonjour" dit d'un ton monocorde n'a aucune valeur d'accueil.
- **55% pour le VISUEL (Le langage corporel)** : La posture, le sourire, le regard, la tenue vestimentaire. C'est l'élément le plus percutant. Le client vous juge visuellement avant même que vous n'ayez ouvert la bouche.

MODULE 3 : Le langage corporel :

L'art du non-verbal

3.1. Le corps parle en permanence

Même lorsque le bagagiste se tient en silence près de la porte ou dans le hall, il communique sa disponibilité ou son ennui par sa posture.

3.2. Les gestes de l'hospitalité

- **Posture d'accueil** : Dos droit, épaules détendues, mains croisées dans le dos ou posées l'une sur l'autre à l'avant. Les mains dans les poches ou les bras croisés sont strictement interdits.
- **Le Regard** : Établir un contact visuel doux et soutenu. Ne pas fuir le regard du client, mais ne pas le dévisager avec insistance.
- **La Proxémie (Distance)** : Respecter la "bulle" du client (environ 1 mètre). Ne vous approchez pas trop près, surtout dans des espaces confinés comme l'ascenseur.
- **L'orientation (Open Body)** : Tournez toujours votre buste et la pointe de vos pieds vers le client qui vous parle, pour lui montrer votre totale attention.

MODULE 4 : Le vocabulaire d'excellence

4.1. Le pouvoir des mots justes

Le vocabulaire utilisé par le bagagiste doit être le reflet du luxe de l'hôtel. Un langage familier ou approximatif rompt immédiatement la magie du service.

4.2. Le dictionnaire du service

Expressions à BANNIR	Expressions à PRIVILÉGIER
"OK" / "D'accord" / "Pas de souci"	"Certainement Monsieur" / "Avec plaisir Madame"
"Quoi ?" / "Hein ?" / "Pardon ?"	"Pardonnez-moi, pourriez-vous répéter s'il vous plaît ?"
"Je ne sais pas."	"Permettez-moi de me renseigner immédiatement pour vous."
"Attendez une minute."	"Un instant je vous prie, Monsieur."
"De rien."	"Je vous en prie" / "C'est un plaisir."

MODULE 5 : L'art du "Small Talk" :

Créer un lien lors de l'escorte

5.1. Remplir le silence avec intelligence

L'escorte en chambre (Rooming) peut durer plusieurs minutes. Le "Small Talk" (conversation légère) permet d'installer une atmosphère détendue et chaleureuse.

5.2. Les règles de la conversation légère

1. **Les sujets sûrs** : Le déroulement du voyage ("*Avez-vous fait un bon vol ?*"), la météo locale, la beauté du bâtiment, les événements positifs dans la ville.
2. **Les sujets interdits** : La politique, la religion, l'argent, les opinions personnelles, les plaintes sur le travail ou sur d'autres clients.
3. **Le rythme du client** : Si le client répond par de brèves onomatopées ("Oui", "Mhm"), ou s'il est au téléphone, cessez immédiatement la conversation. Le silence est préférable à une discussion forcée.

MODULE 6 : L'écoute active et la reformulation

6.1. Entendre vs Écouter

Écouter activement signifie se concentrer totalement sur ce que dit le client, pour comprendre son besoin précis sans interprétation erronée.

6.2. Les techniques de l'écoute active

- **L'attention totale** : Arrêtez ce que vous faites (poser le stylo, stopper le chariot) pour regarder la personne qui vous parle.
- **Les signaux d'écoute** : Utilisez des hochements de tête et des mots de confirmation ("*Je comprends*", "*Tout à fait*") pour montrer que vous suivez.
- **La Reformulation** : C'est la technique reine pour éviter les erreurs. Répétez l'information clé : "*Si je comprends bien Monsieur Dubois, vous souhaitez que je monte ce sac gris en chambre, mais que je laisse cette mallette noire à la consigne jusqu'à 15h, est-ce exact ?*"

MODULE 7 : La communication interculturelle

7.1. S'adapter au monde entier

Un hôtel international accueille des cultures aux codes de communication très différents. Ce qui est poli pour l'un peut être perçu comme offensant pour l'autre.

7.2. Les sensibilités culturelles

- **Clientèle Nord-Américaine** : Apprécie généralement une communication ouverte, un Small Talk chaleureux, et l'usage de leur nom de famille.
- **Clientèle Japonaise / Asiatique** : Préfère une distance respectueuse, moins de contact visuel direct, des salutations formelles (légère inclinaison du buste) et un service très discret.
- **Clientèle du Moyen-Orient** : Accordent une grande importance au statut et à la hiérarchie. L'hospitalité doit être particulièrement déférente.
- **Règle universelle** : Ne jamais pointer du doigt (utiliser la main ouverte), éviter les contacts physiques (tapes sur l'épaule), et observer le comportement du client pour "copier" son niveau de formalité.

MODULE 8 : L'étiquette téléphonique

au desk de la Bagagerie

8.1. La voix de l'hôtel

Le bagagiste est souvent amené à répondre au téléphone du desk (appels de la réception, de la conciergerie ou des chambres pour une demande de bagages).

8.2. Les standards téléphoniques

- **La règle des 3 sonneries** : décrochez toujours avant la troisième sonnerie.
- **Le sourire vocal** : Souriez physiquement avant de décrocher ; cela s'entend dans l'intonation de la voix.
- **La formule d'accueil** : *"Service Bagagerie, (Votre Prénom) à votre écoute, que puis-je faire pour vous ?"*
- **Prise de notes** : Ayez toujours un bloc-notes. Répétez le numéro de chambre et l'heure de récupération pour confirmer. (*"Parfaitement Madame, j'arrive en chambre 412 d'ici 5 minutes."*)

MODULE 9 : Répondre aux questions fréquentes (Informations locales)

9.1. Le bagagiste comme guide local

Souvent stationné devant l'hôtel, le bagagiste est la cible privilégiée des questions rapides : "Où est la pharmacie ?", "Combien de temps pour l'aéroport ?".

9.2. Le devoir d'information

1. **Connaître son quartier** : Vous devez connaître les directions pour les banques, pharmacies, gares et attractions principales situées à moins de 15 minutes à pied.
2. **La clarté** : Donnez des directions claires, utilisez un plan de ville (City Map) fourni par la conciergerie si besoin, en traçant le chemin au stylo.
3. **Savoir passer le relais** : Si la question est trop complexe (ex: réservation de billets d'opéra), escrimez-vous poliment : *"Monsieur, pour vous garantir le meilleur service, je vous confie à notre Chef Concierge qui est l'expert sur ce sujet."*

MODULE 10 : Gérer les clients mécontents : La méthode L.E.A.R.N.

10.1. Le premier bouclier face à la frustration

Le client fatigué peut exprimer sa colère dès l'arrivée (problème de taxi, retard).
Le bagagiste doit désamorcer la situation.

10.2. L'application de la méthode L.E.A.R.N.

- **L (Listen - Écouter)** : Laissez le client vider son sac sans l'interrompre. Ne vous justifiez pas immédiatement.
- **E (Empathize - Faire preuve d'empathie)** : Montrez que vous comprenez son émotion : *"Je comprends tout à fait votre frustration suite à ce retard."*
- **A (Apologize - S'excuser)** : Présentez des excuses au nom de l'hôtel, même si ce n'est pas votre faute personnelle : *"Je suis sincèrement navré que vous ayez subi ce désagrément."*
- **R (React - Réagir)** : Agissez immédiatement pour résoudre ce qui est en votre pouvoir (ex: prendre les bagages rapidement, offrir un siège).
- **N (Notify - Notifier)** : Informez immédiatement la Réception ou le Duty Manager du mécontentement du client pour qu'un traitement VIP de rattrapage soit mis en place.

MODULE 11 : L'intelligence émotionnelle et l'anticipation des attentes

11.1. Lire les besoins non-exprimés

Les meilleurs bagagistes du monde anticipent ce que le client va demander avant même qu'il n'ouvre la bouche. C'est l'essence du service proactif.

11.2. Exemples d'anticipation

- Un client arrive sous une forte pluie : Vous n'attendez pas qu'il le demande, vous lui tendez immédiatement une serviette propre ou un parapluie, et proposez de faire sécher son manteau.
- Un client sort de l'hôtel en tenue de jogging : Vous lui indiquez spontanément avec un sourire la direction du parc le plus proche ou l'emplacement de la salle de fitness.

MODULE 12 : Le "Soft-Selling" :

Promouvoir les services de l'hôtel

12.1. Le vendeur naturel

Le bagagiste n'est pas un vendeur agressif, mais ses conseils "amicaux" ont un taux de conversion énorme pour les points de vente de l'hôtel (F&B, Spa).

12.2. Placer le produit subtilement

La clé du Soft-Selling est de lier le service de l'hôtel à un besoin du client.

- **Liaison besoin-service** : *"Après cette longue route, n'hésitez pas à profiter de notre bar panoramique, la vue y est superbe au coucher du soleil."*
- **Valorisation** : Utilisez des adjectifs valorisants : *"Notre Chef prépare un excellent menu de saison", "Notre Spa vient d'être entièrement rénové".*

MODULE 13 : La communication

interne : Transmettre l'information aux collègues

13.1. L'esprit d'équipe relationnel

Ce que le bagagiste apprend du client lors de l'escorte (le motif du séjour, un anniversaire, une allergie) doit être partagé avec l'équipe pour personnaliser le service global.

13.2. Les canaux de transmission

1. **La Radio** : Communication courte, claire et codifiée. *"Réception de Bagagerie, le client en 412 est ici pour son voyage de noces."*
2. **Le Logbook** : Consigner les détails importants pour l'équipe du shift suivant (ex: *"M. Dupont a demandé un taxi pour demain à 6h00."*).
3. **Directement au Concierge** : Transférer physiquement les requêtes complexes pour s'assurer qu'elles soient prises en charge par les experts.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La barrière de la langue

Contexte (Hôtel FAHO) : Un couple de touristes asiatiques arrive. Ils ne parlent ni français, ni anglais, et semblent perdus quant à la direction de la réception.

L'Action du Bagagiste :

Le bagagiste sourit chaleureusement, s'incline légèrement en signe de respect. Il ne parle pas plus fort (cela ne sert à rien). Il joint les mains, prend délicatement les valises d'un geste rassurant, et avec la main ouverte, leur montre visuellement le chemin en marchant très lentement devant eux pour qu'ils le suivent jusqu'à un réceptionniste multilingue.

Cas N°2 : Le client critique tout

Contexte : Dès sa sortie du taxi, le client se plaint de la chaleur, de la ville, et trouve que l'entrée de l'hôtel est mal indiquée.

L'Action du Bagagiste :

Le bagagiste applique la méthode L.E.A.R.N. Il ne contredit pas le client. Il acquiesce : *"Je comprends tout à fait, la chaleur est accablante aujourd'hui. Laissez-moi vous guider rapidement à l'intérieur où l'air est climatisé, et je vais demander qu'on vous apporte un rafraîchissement immédiat."* Il informe la réception du niveau d'irritation du client pour qu'il soit traité avec des gants blancs.

MODULE 15 : Conclusion et Checklist

"Excellence Relationnelle"

15.1. La signature humaine du luxe

Les beaux bâtiments ne font pas les grands hôtels ; ce sont les employés qui créent l'âme du lieu. La communication du bagagiste, faite de sourires sincères, d'écoute attentive et de mots choisis, est la première et la dernière musique que le client entendra lors de son séjour.

15.2. Checklist "Communication d'Excellence"

- [] Mon **langage corporel** (Sourire, regard, posture) est-il ouvert et accueillant ?
- [] Ai-je banni les mots familiers pour utiliser un **vocabulaire soigné** ?
- [] Ai-je pratiqué l'**écoute active** en reformulant les demandes de mes clients ?
- [] Ai-je adapté mon **Small Talk** à la culture et à l'état de fatigue du client ?
- [] Ai-je transmis les **informations pertinentes** apprises sur le client à mes collègues ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Excellence Relationnelle

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