



ANTICIPATION DES BESOINS CLIENTS

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Bagagerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module "Excellence & Proactivité" - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Du service réactif au service proactif
MODULE 2	L'observation comme outil premier : Scanner le client
MODULE 3	Connaître son client avant l'arrivée (Traces et historique)
MODULE 4	L'anticipation à la porte : Véhicule, météo et bagages
MODULE 5	Anticiper les besoins liés à la fatigue du voyage (Jetlag)
MODULE 6	Typologies de clients : Familles avec enfants, Seniors
MODULE 7	Typologies de clients : Femmes seules, Hommes d'affaires
MODULE 8	L'anticipation lors du "Rooming" (Présentation ciblée)
MODULE 9	Anticiper les besoins technologiques (Adaptateurs, Wi-Fi)
MODULE 10	Le pouvoir de la mémoire : Noms, habitudes et préférences
MODULE 11	Communication proactive inter-services (HK, F&B, Concierge)
MODULE 12	Gérer l'attente et l'imprévu avec proactivité au Desk
MODULE 13	Anticiper le départ (Check-out) : Le service jusqu'à la fin
MODULE 14	Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO

MODULE 15 Conclusion et Grille d'évaluation "L'Excellence Proactive"

MODULE 1 : Introduction : Du service réactif au service proactif

1.1. La définition de l'anticipation

Le service traditionnel consiste à répondre à une demande du client : le client demande de l'eau, on lui apporte de l'eau. C'est un service **réactif**. Dans l'hôtellerie de luxe, cela ne suffit pas. L'excellence exige d'être **proactif** : le bagagiste apporte un verre d'eau avant même que le client n'ait formulé sa soif, parce qu'il a remarqué qu'il faisait chaud et que le client venait de courir.

1.2. L'effet "Magique" de l'anticipation

Lorsque le besoin est anticipé, le client se sent unique, compris et protégé. L'anticipation annule l'effort du client. Il n'a plus besoin de penser, l'hôtel pense pour lui. C'est ce sentiment de prise en charge totale qui justifie le prestige et les tarifs d'un établissement haut de gamme.

MODULE 2 : L'observation comme outil premier : Scanner le client

2.1. Le regard analytique

L'anticipation repose à 90% sur l'observation. Un bon bagagiste doit développer un "regard radar". Dès que le client s'approche, il faut récolter des indices visuels en quelques secondes pour adapter le service.

2.2. Les éléments à observer

- **Le langage corporel** : Un client qui frotte ses yeux est fatigué. Un client qui regarde frénétiquement sa montre est stressé. Un client qui marche lentement et regarde le plafond est en mode "touriste / découverte".
- **L'encombrement** : Le client a-t-il les mains pleines ? Porte-t-il un manteau chaud alors qu'il fait l'inverse à l'extérieur ? A-t-il un gobelet de café vide à la main ?
- **Les bagages** : Des étiquettes "First Class" indiquent un niveau d'exigence. Des autocollants de destinations exotiques peuvent être une excellente accroche pour le Small Talk.

MODULE 3 : Connaître son client avant l'arrivée (Traces et historique)

3.1. L'anticipation administrative

La meilleure façon d'anticiper un besoin est de connaître les habitudes passées du client. C'est là que le système informatique de l'hôtel (PMS) et le briefing d'équipe entrent en jeu.

3.2. L'exploitation des données

1. **Briefing du matin** : Le bagagiste prend connaissance de la liste des arrivées. Il note les VIPs, les clients réguliers (Return Guests) et les demandes spéciales pré-enregistrées.
2. **Les "Traces"** : Si le PMS indique que M. Dupont demande toujours des oreillers hypoallergéniques, le bagagiste s'assure (avec le Housekeeping) que c'est fait avant l'arrivée, et le souligne délicatement lors du Rooming : *"Monsieur, comme à votre habitude, nous avons disposé vos oreillers spécifiques."*
3. **L'accueil nominatif** : Reconnaître un client fidèle et l'appeler par son nom dès l'ouverture de la portière est l'acte d'anticipation sociale le plus puissant.

MODULE 4 : L'anticipation à la porte :

Véhicule, météo et bagages

4.1. Protéger et fluidifier

L'anticipation commence sur le trottoir. Le client ne doit subir aucun désagrément physique (pluie, soleil, charge lourde).

4.2. Les scénarios d'anticipation extérieure

- **Météo défavorable** : S'il pleut, le bagagiste n'attend pas que le client sorte pour ouvrir le parapluie. Il court au véhicule avec le parapluie *déjà ouvert*. S'il fait canicule, il ouvre grand les portes automatiques pour faire sortir l'air climatisé.
- **Le paiement du taxi** : Si un client semble chercher de la monnaie locale, le bagagiste peut anticiper en proposant l'assistance de la réception pour faire du change ou imputer la course sur la note de la chambre (selon les règles de l'hôtel).
- **Le tri visuel des bagages** : Repérer immédiatement un costume sous housse et proposer de le prendre à la main pour ne pas le froisser sur le chariot.

MODULE 5 : Anticiper les besoins liés à la fatigue du voyage (Jetlag)

5.1. Traiter la vulnérabilité

Le voyageur international est souvent décalé, affamé ou déshydraté. Son seuil de tolérance est au plus bas.

5.2. Les remèdes proactifs du bagagiste

- **Rythme adapté** : Diminuer le flux de paroles, parler d'une voix plus douce et apaisante. Ne pas noyer le client sous des explications techniques lors du Rooming.
- **Faim et soif** : Lors du trajet vers la chambre, glisser l'information utile : *"Si vous souhaitez vous restaurer rapidement, notre Room Service est disponible en 20 minutes, le menu se trouve sur le bureau."*
- **Gérer les affaires froissées** : Anticiper le besoin de présentation : *"Avez-vous des vêtements qui nécessitent un repassage express avant une réunion ce soir ?"*

MODULE 6 : Typologies de clients :

Familles avec enfants, Seniors

6.1. Chaque client est un scénario différent

Anticiper, c'est aussi savoir catégoriser rapidement le client pour lui offrir un service sur-mesure.

6.2. Les besoins spécifiques : Familles et Seniors

Typologie	Besoins anticipés et actions du Bagagiste
Famille avec enfants	Aider avec la poussette. Ouvrir l'ascenseur en grand. En chambre : montrer immédiatement où se trouve le lit bébé, retirer les objets fragiles à hauteur d'enfant, parler doucement aux petits.
Personnes Seniors	Offrir le bras à la descente du véhicule. Ralentir le pas dans les couloirs. En chambre : bien insister sur le fonctionnement des lumières, de la douche (sécurité) et du téléphone pour joindre la réception.

MODULE 7 : Typologies de clients :

Femmes seules, Hommes d'affaires

7.1. Sécurité et efficacité

Les voyageurs d'affaires et les femmes voyageant seules ont des priorités très marquées : la sécurité pour les unes, la rapidité pour les autres.

7.2. L'anticipation comportementale

- **Femme voyageant seule** : Ne **jamais** prononcer le numéro de chambre à voix haute. Lors du Rooming, s'assurer que la porte ferme bien, montrer le judas, et se tenir près de la porte, jamais au fond de la chambre pour ne pas créer de malaise.
- **Homme / Femme d'affaires** : Le temps est de l'argent. Supprimer le Small Talk inutile. Monter les bagages au pas de course. En chambre, montrer directement les prises électriques, le code Wi-Fi et le service pressing.

MODULE 8 : L'anticipation lors du "Rooming" (Présentation ciblée)

8.1. Une présentation intelligente

Le tour de la chambre (Room Orientation) ne doit pas être un discours mémorisé et récité de manière robotique. Il doit être adapté à ce que le client va faire dans la minute qui suit le départ du bagagiste.

8.2. Orienter l'attention

- **Si le client arrive tard le soir** : Montrez comment éteindre toutes les lumières d'un seul coup (Master switch) et comment mettre l'écriteau "Ne pas déranger" (Do Not Disturb). Le reste attendra demain.
- **Si le client arrive en plein été** : Montrez immédiatement comment fonctionne la climatisation et où se trouve le minibar.
- **Si le client a une tenue de soirée sous housse** : Montrez le grand placard et proposez d'y suspendre la housse pour lui.

MODULE 9 : Anticiper les besoins technologiques

9.1. L'angoisse de la déconnexion

Aujourd'hui, le premier besoin d'un voyageur (avant même de défaire ses valises) est souvent de se connecter au réseau ou de recharger ses appareils.

9.2. Les solutions proactives

1. **Les adaptateurs** : Si vous repérez des étiquettes de vols internationaux (UK, USA), anticipez : *"Monsieur, auriez-vous besoin d'un adaptateur de prise universel pour vos appareils ? Je peux vous en faire monter un immédiatement."*
2. **Le Wi-Fi** : Ne laissez pas le client le demander. Posez la carte contenant le code Wi-Fi en évidence sur le bureau ou indiquez-le clairement lors du Rooming.

MODULE 10 : Le pouvoir de la mémoire : Noms, habitudes et préférences

10.1. L'outil d'anticipation ultime

Mémoriser un détail sur un client et le réutiliser plus tard dans le séjour est la forme la plus élégante d'anticipation.

10.2. La méthode d'enregistrement mental

- **L'association nom/visage** : Répétez mentalement le nom du client 3 fois lors de la lecture du Luggage Tag.
- **Noter les détails au Logbook** : Si le client vous demande s'il y a un bon restaurant de fruits de mer dans les environs, notez-le au Logbook. Le lendemain, le Concierge pourra l'aborder : *"Monsieur, le bagagiste m'a indiqué que vous aimiez les fruits de mer, j'ai pris l'initiative de vous réserver la meilleure table du port pour ce soir."*

MODULE 11 : Communication

proactive inter-services

11.1. Le bagagiste, espion bienveillant

Le bagagiste découvre de nombreuses informations lors de l'escorte en chambre. Il doit s'en servir pour faire anticiper les autres départements.

11.2. Transmettre pour exceller

- **À la Réception** : *"Le client de la 412 célèbre son anniversaire de mariage, il me l'a confié dans l'ascenseur."* (La réception pourra envoyer une bouteille de champagne).
- **Au Housekeeping** : *"La cliente de la 305 a demandé si nous avons des oreillers plus durs, pouvez-vous intervenir ?"*
- **Au F&B** : *"Les clients de la 210 descendent au bar dans 5 minutes, préparez-leur une belle table."*

MODULE 12 : Gérer l'attente et l'imprévu avec proactivité

12.1. Transformer le négatif en positif

L'anticipation sert aussi à désamorcer des situations potentiellement critiques (chambre non prête, longue file d'attente).

12.2. L'art de l'occupation

Un client ne voit pas le temps passer s'il est pris en charge :

1. **Prise en charge immédiate** : *"Monsieur, l'enregistrement va prendre quelques minutes. Permettez-moi de vous inviter à vous asseoir au salon."*
2. **Le service annexe** : Proposer une boisson, un journal ou la presse digitale.
3. **La consigne anticipée** : Prendre les bagages et émettre le ticket **avant** que le client ne s'impatiente.

MODULE 13 : Anticiper le départ

(Check-out) : Le service jusqu'à la fin

13.1. Clôturer l'expérience

Le départ est souvent stressant (horaires de vol). L'anticipation du bagagiste fait redescendre cette pression.

13.2. Actions proactives au départ

- **La demande de bagages (Luggage Pull)** : Si le client appelle pour qu'on descende ses valises, le bagagiste anticipe la suite en arrivant en chambre : *"Avez-vous besoin que je réserve un taxi pour l'aéroport Monsieur ?"*
- **Le "Last Check"** : Suggérer gentiment au client de vérifier le coffre-fort et les chargeurs branchés derrière la table de nuit avant de fermer la porte.
- **L'eau pour le trajet** : Suggérer ou offrir de l'eau fraîche pour la route avant de fermer la portière du taxi.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La cliente fatiguée avec poussette

Contexte (Hôtel FAHO) : Une mère seule arrive avec un enfant en pleurs, une poussette et trois valises.

L'Action Proactive du Bagagiste :

Il ne lui demande pas son nom. Il court prendre les valises, demande l'autorisation de plier la poussette, escorte la dame à un fauteuil au calme, et alerte un réceptionniste pour qu'il vienne faire le check-in directement au niveau des fauteuils (In-Lobby Check-in). Il fait apporter un verre d'eau ou un jus de fruit pour l'enfant. La cliente est soulagée d'un poids immense.

Cas N°2 : Le vêtement de cérémonie

Contexte : Un couple arrive pour un mariage organisé dans la ville. Le monsieur porte une très longue housse de costume.

L'Action Proactive du Bagagiste :

Le bagagiste prend la housse avec délicatesse, la pend sur le haut du chariot Birdcage pour qu'elle ne touche pas le sol. Dans la chambre, il la suspend directement dans le dressing en hauteur. Il anticipe : *"Si vos tenues ont besoin d'un rafraîchissement à la vapeur avant la cérémonie, notre gouvernante peut s'en charger dans la demi-heure."*

MODULE 15 : Conclusion et Grille d'évaluation "L'Excellence Proactive"

15.1. L'hospitalité comme un 6ème sens

Anticiper les besoins, c'est posséder l'intelligence du cœur. Un bagagiste proactif n'est plus un simple exécutant, il devient un créateur de souvenirs. En pensant "One Step Ahead" (Une longueur d'avance), vous élevez votre profession au rang d'art.

15.2. Checklist de l'Excellence Proactive

- [] Ai-je **scanné visuellement** le client (fatigue, bagages, profil) dès sa sortie de voiture ?
- [] Ai-je **adapté mon rythme et mon discours** à l'état émotionnel du client ?
- [] Ai-je posé des **questions d'anticipation** en chambre (Glace, Pressing, Adaptateur) ?
- [] Ai-je **transmis aux autres services** les informations précieuses recueillies ?
- [] Ai-je agi **avant que le client n'ait à formuler** sa demande ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Excellence & Proactivité

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