



PRÉSENTATION DES INSTALLATIONS DE L'HÔTEL

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Bagagerie

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Le Bagagiste, Ambassadeur du Produit
MODULE 2	Le Hall d'Accueil (Lobby) et la Réception
MODULE 3	Les Chambres et Suites : Typologies et Spécificités
MODULE 4	La Restauration (F&B) : Restaurants et Brasseries
MODULE 5	Le Bar, le Lounge et l'Atmosphère nocturne
MODULE 6	Le Room Service (In-Room Dining)
MODULE 7	Le Spa et le Centre de Bien-être (Wellness)
MODULE 8	Le Centre de Fitness et les Espaces Aquatiques
MODULE 9	Le Centre d'Affaires (Business Center)
MODULE 10	Les Espaces Événementiels (Banquet & Ballroom)
MODULE 11	Les Services de Conciergerie et de Voiturier
MODULE 12	Les Espaces Extérieurs : Jardins, Plage et Terrasses
MODULE 13	Les Espaces "Back of House" : Les Coulisses
MODULE 14	Sécurité : Les Équipements et Sorties de Secours
MODULE 15	Accessibilité : Installations pour les PMR
MODULE 16	La Mémorisation des Horaires et Extensions
MODULE 17	L'Art de promouvoir les installations (Cross-Selling)
MODULE 18	Cas Pratiques FAHO et Évaluation Finale

MODULE 1 : Le Bagagiste, Ambassadeur du Produit

1.1. L'importance de la Connaissance Produit

Le bagagiste est souvent le premier et le dernier employé avec lequel le client interagit longuement (lors de l'escorte en chambre). Durant ce trajet, le client pose des questions. Un bagagiste qui hésite ou qui ignore l'emplacement d'un service brise la magie de l'hôtellerie de luxe. La connaissance parfaite des installations (Product Knowledge) est une compétence non négociable.

1.2. Devenir la "boussole" de l'hôtel

Pour le client, l'hôtel est un nouveau territoire inconnu. Le bagagiste doit être le guide infaillible. Il doit :

- Savoir orienter physiquement le client vers n'importe quel point de l'hôtel.
- Connaître les horaires d'ouverture et de fermeture de chaque département.
- Être capable de décrire l'ambiance et la spécificité de chaque installation pour donner envie au client de la découvrir.

MODULE 2 : Le Hall d'Accueil (Lobby) et la Réception

2.1. Le centre névralgique de l'établissement

Le Lobby est le cœur de l'hôtel. C'est le point de rencontre, d'attente et de transit. Le bagagiste doit connaître chaque recoin de cet espace pour y orienter les clients avec grâce.

2.2. Les points d'intérêt du Lobby

1. **Le Front Desk (Réception)** : Pour l'enregistrement, la facturation et le change de devises.
2. **La Conciergerie** : Située généralement près de la porte ou de la réception, pour les réservations externes, les taxis et les informations touristiques.
3. **Les commodités** : Emplacement exact des toilettes publiques du hall (Restrooms), du vestiaire (Cloakroom) et des ascenseurs principaux.
4. **Les Boutiques** : S'il y a des galeries marchandes ou des vitrines de joaillerie/souvenirs dans le hall.

MODULE 3 : Les Chambres et Suites :

Typologies et Spécificités

3.1. Maîtriser l'inventaire des chambres

L'hôtel n'offre pas qu'un seul type de chambre. Le bagagiste doit connaître la hiérarchie des hébergements pour valoriser le surclassement (Upgrade) d'un client lors de l'escorte.

3.2. Les principales typologies

Typologie	Caractéristiques principales
Chambre Standard / Classique	Catégorie de base. Confort optimal, vue ville ou cour.
Chambre Supérieure / Deluxe	Étage plus élevé, meilleure vue (mer, jardin), superficie légèrement plus grande.
Suite Junior	Espace salon intégré à la chambre (open space), salle de bain spacieuse avec baignoire et douche séparées.
Suite Exécutive / Présidentielle	Salon séparé de la chambre par une porte. Services exclusifs (Butler, accès VIP Lounge), vue panoramique.

MODULE 4 : La Restauration (F&B) :

Restaurants et Brasseries

4.1. L'offre culinaire de la maison

La restauration (Food & Beverage) génère une part massive des revenus de l'hôtel. Le bagagiste doit être capable de "vendre" chaque restaurant selon les envies du client.

4.2. Connaître les différents points de vente

- **Le Restaurant Principal (All-Day Dining)** : C'est là qu'est servi le petit-déjeuner (buffet) et souvent des repas en continu. Le bagagiste doit connaître les horaires exacts du petit-déjeuner.
- **Le Restaurant Gastronomique (Fine Dining)** : Ouvert généralement uniquement le soir. Exige souvent un "Dress Code" (tenue correcte exigée). La réservation y est obligatoire.
- **Le Restaurant de Spécialité** : (ex: Italien, Asiatique, Marocain). Connaître le plat signature pour pouvoir en parler lors du trajet en ascenseur.

MODULE 5 : Le Bar, le Lounge et l'Atmosphère nocturne

5.1. Les espaces de détente et de convivialité

Après une journée de travail ou de tourisme, le client cherche souvent un endroit pour se détendre sans quitter l'hôtel. Le bar et le lounge sont les réponses parfaites.

5.2. Ce qu'il faut mémoriser

- **Le Lobby Lounge / Salon de Thé** : L'endroit idéal pour un rendez-vous d'affaires discret l'après-midi, ou pour l'"Afternoon Tea". Atmosphère calme.
- **Le Bar Principal / Cocktail Bar** : Ambiance plus tamisée, souvent animée par un pianiste ou un groupe de jazz en soirée.
- **Le Rooftop / Bar Panoramique** : S'il existe, c'est l'atout charme de l'hôtel. Connaître l'heure du coucher de soleil pour conseiller au client d'y monter à ce moment précis.

MODULE 6 : Le Room Service (In-Room Dining)

6.1. Le restaurant privé du client

Le Room Service (ou In-Room Dining) est un service capital, particulièrement pour les clients arrivant tardivement (Jetlag) ou les voyageurs d'affaires épuisés.

6.2. La présentation du service lors du Rooming

1. **Localiser le menu** : Lors de la présentation de la chambre, le bagagiste doit pointer physiquement où se trouve le menu (souvent sur le bureau, via un QR Code sur la TV, ou sur la tablette domotique).
2. **Les horaires** : Préciser si le service est disponible 24h/24h. Si ce n'est pas le cas, indiquer l'heure de clôture de la cuisine et l'alternative (menu de nuit réduit : "Night Menu").
3. **Le petit-déjeuner en chambre** : Montrer la carte à accrocher à la poignée de porte (Doorknob menu) avant 2h du matin pour commander le petit-déjeuner au lit.

MODULE 7 : Le Spa et le Centre de Bien-être (Wellness)

7.1. Le temple de la relaxation

Le Spa n'est pas qu'un service, c'est une destination au sein de l'hôtel. Le vocabulaire pour le décrire doit évoquer la sérénité et le luxe (détente, évasion, soins signatures).

7.2. Les éléments clés à présenter

- **Les installations incluses** : Indiquer si le Hammam, le Sauna et le Jacuzzi sont en accès libre pour les résidents de l'hôtel, ou sur réservation.
- **Les cabines de soins** : Mentionner s'il y a des cabines doubles (pour les couples en lune de miel) et la marque de cosmétiques utilisée (ex: "Nous travaillons exclusivement avec les produits La Prairie").
- **Le parcours client** : Rappeler que les clients peuvent descendre directement en peignoir depuis leur chambre via l'ascenseur privé (si l'architecture de l'hôtel le permet).

MODULE 8 : Le Centre de Fitness et les Espaces Aquatiques

8.1. L'offre sportive et loisirs

De nombreux voyageurs d'affaires et touristes ont une routine sportive stricte qu'ils souhaitent maintenir durant leur séjour.

8.2. Les spécificités des installations

Installation	Ce que le bagagiste doit savoir
Salle de Fitness (Gym)	Ouverte généralement 24h/24 avec la clé de la chambre. Préciser que l'eau et les serviettes y sont fournies gracieusement.
Piscine Intérieure	Chauffée. Bonnet de bain obligatoire ou non ? Présence d'un maître-nageur ?
Piscine Extérieure	Horaires d'ouverture (souvent limités au coucher du soleil pour des raisons de sécurité). Service de bar à la piscine (Pool Bar) disponible.

MODULE 9 : Le Centre d'Affaires

(Business Center)

9.1. L'extension du bureau du client

Pour le voyageur d'affaires (Corporate Guest), l'hôtel doit fournir les mêmes facilités que son entreprise. Le Business Center est son espace de survie professionnelle.

9.2. Les services à connaître

- **Localisation** : Souvent en retrait du lobby ou à l'étage des séminaires pour garantir le calme.
- **Équipements en libre accès** : Postes informatiques (PC/Mac), imprimantes, photocopieurs, destructeurs de documents.
- **Services sur demande** : Secrétariat, reliure de dossiers, coursiers internationaux (DHL/FedEx).
- **Salles d'entretien (Boardrooms)** : Possibilité de louer à l'heure des petites salles pour 4 à 6 personnes pour des réunions confidentielles.

MODULE 10 : Les Espaces Événementiels (Banquet & Ballroom)

10.1. MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)

Les congrès et les mariages amènent un flux massif de clients qui ne connaissent pas l'hôtel. Le bagagiste va passer sa journée à les orienter vers les bonnes salles.

10.2. L'orientation événementielle

1. **La Grande Salle (Ballroom)** : C'est la salle de gala de l'hôtel (mariages, dîners de charité). Elle possède souvent sa propre entrée depuis l'extérieur pour éviter d'engorger le lobby principal.
2. **Les Salles de Sous-Commission (Breakout Rooms)** : Petites salles autour de la Ballroom. Le bagagiste doit regarder chaque matin le tableau des événements (Event Board) pour savoir quelle entreprise est dans quelle salle (ex: "Séminaire L'Oréal en salle Fès").
3. **Le Vestiaire Événementiel** : Indiquer aux invités extérieurs où déposer leurs manteaux avant d'entrer en salle.

MODULE 11 : Les Services de Conciergerie et de Voiturier

11.1. Les maîtres de la logistique externe

Le bagagiste travaille en étroite collaboration avec le Concierge (Clés d'Or) et les voituriers. Il doit savoir promouvoir leurs services.

11.2. Présenter ces services aux clients

- **Le Voiturier (Valet Parking)** : Expliquer au client arrivé avec son propre véhicule comment fonctionne le système de ticket de voiturier, et lui rappeler qu'il suffit d'appeler 15 minutes avant son départ pour que sa voiture soit avancée devant les portes.
- **La Conciergerie** : *"Monsieur, notre Chef Concierge se tient à votre entière disposition au niveau du Lobby pour organiser vos transferts aéroport, vos réservations de restaurants en ville, ou vous obtenir des billets de théâtre."*

MODULE 12 : Les Espaces Extérieurs :

Jardins, Plage et Terrasses

12.1. Les poumons verts du Resort

Si l'établissement est un "Resort" (Hôtel de villégiature), les espaces extérieurs sont la raison principale de la venue du client.

12.2. L'information géographique

- **Jardins et promenades** : Indiquer les parcours de jogging sécurisés au sein du domaine.
- **Plage privée / Beach Club** : Préciser si l'hôtel dispose de navettes (Buggies) pour s'y rendre, les horaires d'ouverture, et comment obtenir des serviettes de plage (fournies sur place ou à prendre en chambre).
- **Installations sportives** : Localisation des courts de tennis, du terrain de Padel, ou du parcours de Golf 18 trous, ainsi que le lieu de location du matériel.

MODULE 13 : Les Espaces "Back of House" : Les Coulisses

13.1. Les zones invisibles au client

Le client ne les voit jamais, mais le bagagiste y passe la moitié de son temps. C'est le "Back of House" (BOH), les artères cachées de l'hôtel.

13.2. La cartographie logistique

Espace BOH	Utilité pour le bagagiste
Les Monte-Charges (Service Elevators)	Utilisés obligatoirement pour le transport des bagages sans le client, ou pour le matériel lourd.
La Consigne (Luggage Room)	Le coffre-fort des bagagistes. L'accès est strictement interdit aux clients.
Le Quai de Déchargement (Loading Dock)	Là où les gros groupes (Tour Series) débarquent parfois leurs valises directement depuis le bus, sans passer par la porte principale.
Les Bureaux du Housekeeping	Pour y déposer les objets trouvés (Lost & Found) ou demander un lit bébé en urgence.

MODULE 14 : Sécurité : Les Équipements et Sorties de Secours

14.1. L'impératif vital

Lorsqu'une alarme incendie retentit, le client, désorienté, se tourne immédiatement vers le personnel en uniforme. Le bagagiste doit être un guide de survie.

14.2. Les connaissances sécuritaires obligatoires

1. **L'orientation en chambre** : Lors du Rooming, le bagagiste doit toujours repérer le plan d'évacuation situé au dos de la porte de la chambre.
2. **Les sorties de secours (Fire Exits)** : Connaître l'emplacement des escaliers de secours à chaque étage. Interdire formellement l'usage des ascenseurs en cas d'alarme.
3. **Le point de rassemblement (Assembly Point)** : Savoir où guider les clients à l'extérieur du bâtiment (ex: le parking Nord, la pelouse centrale).
4. **Les équipements** : Savoir où se trouvent les extincteurs, les RIA (Robinetts d'Incendie Armés), les défibrillateurs et les boîtiers d'alarme manuelle.

MODULE 15 : Accessibilité : Installations pour les PMR

15.1. L'accueil pour tous

L'hôtellerie de luxe doit offrir le même niveau d'expérience à tous les clients, y compris les Personnes à Mobilité Réduite (PMR) ou porteuses de handicaps invisibles.

15.2. Les itinéraires et facilités adaptés

- **Les rampes d'accès** : Connaître tous les itinéraires sans marches depuis le parking jusqu'à la chambre, en passant par les restaurants.
- **Chambres PMR** : Savoir localiser les chambres spécifiquement équipées (portes plus larges, barres d'appui, douche à l'italienne sans seuil, alarmes visuelles pour malentendants).
- **Équipements disponibles** : Savoir où se trouvent les fauteuils roulants de courtoisie de l'hôtel pour dépanner un client fatigué ou blessé.

MODULE 16 : La Mémorisation des Horaires et Extensions

16.1. La réponse immédiate

"À quelle heure ferme la piscine ?", "Quel est le numéro du Room Service ?" Ces questions reviendront des dizaines de fois par jour. Chercher la réponse sur un papier devant le client brise la fluidité de l'échange.

16.2. Les standards à connaître par cœur

- **Horaires F&B** : Petit-déjeuner (ex: 06h30 - 10h30), Déjeuner, Dîner (ex: 19h00 - 22h30).
- **Horaires Bien-être** : Ouverture/Fermeture du Spa, de la salle de Fitness, de la piscine.
- **Extensions téléphoniques (Speed Dial)** : Les numéros internes à 1 chiffre sur le téléphone de la chambre (ex: 9 = Réception, 0 = Concierge, 3 = Room Service). À montrer systématiquement lors du Rooming.

MODULE 17 : L'Art de promouvoir les installations (Cross-Selling)

17.1. Le Bagagiste, meilleur vendeur de l'hôtel

Le bagagiste n'est pas là pour faire une vente forcée (Hard Selling), mais pour faire des suggestions amicales et ciblées (Cross-Selling) qui augmenteront les revenus de l'hôtel et l'expérience du client.

17.2. La technique de la recommandation ciblée

- **Observation** : Le client a des clubs de golf.

Action : *"Avez-vous prévu de jouer sur notre parcours 18 trous demain ? Notre Spa propose un massage spécifique pour les golfeurs après le parcours, je vous le recommande vivement."*

- **Observation** : Le couple est en lune de miel (informé par la réception).

Action : *"N'hésitez pas à réserver une table à notre restaurant gastronomique l'Étoile, l'ambiance y est très romantique le soir."*

MODULE 18 : Cas Pratiques FAHO et Évaluation Finale

18.1. Mise en situation à l'Hôtel FAHO

Cas Pratique : Vous escortez un homme d'affaires pressé qui demande où il peut faire une réunion avec 3 clients extérieurs dans une heure, de façon discrète, tout en déjeunant rapidement.

Votre réponse de Bagagiste Expert FAHO : *"Monsieur, je vous recommande vivement notre Lobby Lounge. Il y a des alcôves très calmes parfaites pour les affaires, équipées de prises pour vos ordinateurs. Ils servent un menu "Club" rapide et excellent. Souhaitez-vous que je demande au maître d'hôtel de vous réserver l'alcôve du fond pour dans une heure ?"*

18.2. Grille d'évaluation "Maîtrise du Produit"

- [] Suis-je capable de nommer les 4 **types de chambres** et leurs différences ?
- [] Connais-je par cœur les **horaires exacts d'ouverture** des restaurants et du Spa ?
- [] Puis-je guider un client vers les **sorties de secours** depuis n'importe quel point de l'hôtel ?
- [] Ai-je mentionné les **extensions téléphoniques** rapides lors du Rooming ?
- [] Ai-je **adapté la présentation** des installations selon le profil (Famille, Affaires, Couple) ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Maîtrise du Produit

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