



# ATTITUDE ET COMMUNICATION

---

Manuel de Formation Opérationnelle - Voiturier

# Sommaire du Programme

---

|                   |                                                      |
|-------------------|------------------------------------------------------|
| <b>MODULE 1</b>   | Le pouvoir de la première impression                 |
| <b>MODULE 2</b>   | Le langage corporel et la posture d'excellence       |
| <b>MODULE 3</b>   | Le vocabulaire de l'hôtellerie de luxe               |
| <b>MODULE 4</b>   | L'art de l'écoute active et de la reformulation      |
| <b>MODULE 5</b>   | Le ton de la voix : Poser, rassurer, guider          |
| <b>MODULE 6</b>   | Les formules de politesse (Accueil et Départ)        |
| <b>MODULE 7</b>   | Gérer les clients internationaux (Interculturel)     |
| <b>MODULE 8</b>   | La gestion de l'attente et du stress client          |
| <b>MODULE 9</b>   | La communication radio (Talkie-Walkie) en équipe     |
| <b>MODULE 10</b>  | Gérer une plainte ou un mécontentement sur le parvis |
| <b>MODULE 11</b>  | Discrétion et respect absolu de la vie privée        |
| <b>MODULE 12</b>  | Proactivité : L'anticipation par l'observation       |
| <b>MODULE 13</b>  | L'intelligence émotionnelle face au client VIP       |
| <b>MODULE 14</b>  | Sourire "téléphonique" et hospitalité sincère        |
| <b>MODULE 15</b>  | Cas Pratique FAHO N°1 : Le client agressif et pressé |
| <b>MODULE 16</b>  | Cas Pratique FAHO N°2 : Une question hors périmètre  |
| <b>MODULE 17</b>  | Cas Pratique FAHO N°3 : La barrière de la langue     |
| <b>CONCLUSION</b> | Grille d'Évaluation "Attitude et Communication"      |

# MODULE 1 : Le Pouvoir de la Première Impression

---

## 1.1. L'effet de halo

L'effet de halo est un biais cognitif qui affecte la perception des gens. Si la première impression est positive, le client aura tendance à juger positivement tout le reste de son séjour. À l'inverse, un accueil froid ou maladroit sur le parvis rendra le client critique envers la réception, sa chambre et le restaurant.

## 1.2. Les 3 V de la communication

Lors d'une première rencontre, l'impact du message se divise ainsi :

- **Visuel (55%)** : L'apparence, la posture, le sourire.
- **Vocal (38%)** : L'intonation, le débit, la chaleur de la voix.
- **Verbal (7%)** : Le sens strict des mots prononcés.

*Conclusion : Ce n'est pas tant CE que vous dites qui compte, mais COMMENT vous le dites et de quoi vous avez l'air en le disant.*

# MODULE 2 : Le Langage Corporel

---

## 2.1. L'élégance de la posture

Votre corps parle avant même que vous n'ouvriez la bouche. Le client de luxe s'attend à être accueilli par un personnel dont la prestance inspire la confiance et le respect.

## 2.2. Les règles du non-verbal

1. **La droiture** : Dos droit, épaules légèrement en arrière. Une posture avachie traduit l'ennui et le manque de professionnalisme.
2. **Les mains** : Visibles, croisées dans le dos ou devant soi. **Jamais** dans les poches, jamais les bras croisés (attitude de fermeture ou de défi).
3. **L'approche** : Marcher vers le client d'un pas assuré et dynamique, mais sans courir. La précipitation transmet du stress.

## MODULE 3 : Le Vocabulaire du Luxe

### 3.1. Bannir le langage familier

L'hôtellerie haut de gamme possède ses propres codes linguistiques. Chaque mot doit être choisi pour refléter le prestige de l'établissement. Le langage familier détruit l'illusion du luxe.

### 3.2. Le tableau des équivalences

| À bannir (Langage courant)       | À utiliser (Langage d'excellence)                    |
|----------------------------------|------------------------------------------------------|
| "Bonjour, ça va ?"               | "Bonjour Monsieur, avez-vous fait bon voyage ?"      |
| "Pas de problème / Pas de souci" | "Je vous en prie / C'est avec grand plaisir"         |
| "Ok, d'accord"                   | "Parfaitement Madame / Entendu Monsieur"             |
| "Je vais garer votre voiture"    | "Je vais prendre soin de votre véhicule"             |
| "Quoi ? / Pardon ?"              | "Je vous prie de m'excuser, pourriez-vous répéter ?" |

# MODULE 4 : L'Écoute Active

---

## 4.1. Entendre vs Écouter

Entendre est un processus physique ; écouter est un acte intellectuel et empathique. Le client doit sentir qu'il a toute votre attention.

## 4.2. La technique de reformulation

- **Contact visuel** : Regarder le client dans les yeux pendant qu'il parle, hocher légèrement la tête pour montrer la compréhension.
- **Ne pas interrompre** : Laisser le client terminer sa phrase, même s'il est bavard ou si vous connaissez déjà la réponse.
- **Reformuler** : Répéter la demande clé pour confirmer. *"Si j'ai bien compris Monsieur, vous souhaitez que je laisse la mallette sur le siège passager, c'est bien cela ?"*

# MODULE 5 : Le Ton de la Voix

---

## 5.1. La signature vocale

Un parvis d'hôtel peut être bruyant (circulation, klaxons, vent). Le voiturier doit savoir moduler sa voix pour être entendu sans jamais crier.

## 5.2. Poser, Rassurer, Guider

1. **Le débit** : Parler un peu plus lentement que dans la vie courante. Un débit rapide trahit le stress et empêche la bonne compréhension (notamment pour les clients étrangers).
2. **Le volume** : Clair et posé. Adapter le volume à la distance : doux lorsque le client est près, projeté (mais poli) s'il est plus loin.
3. **L'intonation chaleureuse** : La voix doit "sourire". Une voix monocorde donne l'impression d'un automate désintéressé.

# MODULE 6 : Formules d'Accueil et de Départ

---

## 6.1. Scripter l'excellence

S'il ne faut pas paraître robotique, il est essentiel d'avoir des phrases "réflexes" d'une courtoisie irréprochable pour chaque étape du service.

## 6.2. Les standards de l'interaction

- **À l'ouverture de la porte :** *"Bonjour Monsieur/Madame, bienvenue à l'Hôtel [Nom]."*
- **Au moment de récupérer les clés :** *"Puis-je prendre en charge votre véhicule ? Avez-vous des bagages dans le coffre ?"*
- **À la remise du ticket :** *"Voici votre ticket, la Réception se fera un plaisir de vous assister pour la suite de votre séjour."*
- **Au départ :** *"Voici vos clés Monsieur. Nous vous souhaitons un excellent voyage de retour. Au plaisir de vous revoir."*

# MODULE 7 : Les Clients Internationaux

---

## 7.1. La communication interculturelle

L'hôtellerie de luxe attire une clientèle internationale. Ce qui est poli dans un pays peut être perçu comme froid ou envahissant dans un autre.

## 7.2. Ajustements culturels

- **Clientèle Nord-Américaine** : Apprécie l'enthousiasme, les salutations chaleureuses et le "Small Talk" (petite conversation amicale).
- **Clientèle Asiatique (Japon, etc.)** : Attend un respect très formel, de l'espace personnel, des gestes doux et une grande discrétion. Éviter les contacts physiques.
- **Clientèle Moyen-Orient** : Très attachée à la hiérarchie et au statut. Utiliser systématiquement les titres (Monsieur, Excellence) et offrir un service très empressé.

# MODULE 8 : La Gestion de l'Attente

## 8.1. L'ennemi numéro un

Le temps ressenti par un client qui attend sa voiture est toujours plus long que le temps réel. La communication est la seule arme pour réduire cette perception.

## 8.2. Communiquer pour patienter

| Erreur (Ce qu'il ne faut pas faire)     | Solution (L'attitude professionnelle)                                                      |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Éviter le regard du client qui attend.  | Établir un contact visuel et lui faire un signe rassurant.                                 |
| Dire "Ça arrive" sans précision.        | Donner un délai : <i>"Votre véhicule sera là dans 2 minutes Monsieur."</i>                 |
| S'énervier à la radio devant le client. | Garder son calme et rassurer : <i>"Mon collègue est dans la rampe avec votre voiture."</i> |

# MODULE 9 : La Communication Radio

---

## 9.1. L'outil indispensable

Le talkie-walkie est le lien vital entre le parvis, le parking, la réception et la sécurité. Son utilisation doit être stricte, claire et professionnelle.

## 9.2. Les codes de la radio

1. **Volume bas ou oreillette** : Les clients ne doivent pas entendre les conversations internes, surtout si elles concernent des problèmes ou des noms de VIP. L'oreillette est obligatoire.
2. **Clarté et brièveté** : Penser sa phrase avant d'appuyer sur le bouton.  
*"Parvis pour Parking : demande Audi A8 noire, ticket 145."*
3. **Le respect interne** : Utiliser le vouvoiement et la courtoisie même à la radio. Un ton sec entre collègues crée une mauvaise ambiance qui se répercute sur le client.

# MODULE 10 : Gérer une Réclamation

---

## 10.1. Transformer le négatif en positif

Une plainte (attente trop longue, rayure contestée, objet introuvable) est un moment de tension. L'attitude du voiturier peut désamorcer la bombe ou la faire exploser.

## 10.2. La méthode L.E.A.R.N.

- **L - Listen (Écouter)** : Laisser le client vider son sac sans l'interrompre.
- **E - Empathize (Empathie)** : Montrer que vous comprenez son agacement. *"Je comprends tout à fait votre frustration Monsieur."*
- **A - Apologize (S'excuser)** : S'excuser pour le désagrément (même si ce n'est pas votre faute directe).
- **R - React (Réagir)** : Proposer une solution immédiate ou appeler le Chef Concierge.
- **N - Notify (Notifier)** : Faire remonter l'incident à la hiérarchie pour suivi.

# MODULE 11 : Discrétion et Vie Privée

---

## 11.1. Les confidents muets

Les voituriers voient tout : qui arrive avec qui, dans quel état, à quelle heure. Le secret professionnel est le socle de l'hôtellerie de luxe.

## 11.2. L'attitude du silence

- **Confidentialité totale** : Ne jamais révéler le nom d'un client à un passant, un journaliste ou un chauffeur de taxi curieux. Répondre : *"Je suis navré, notre politique de confidentialité m'interdit de communiquer ces informations."*
- **Cécité de courtoisie** : Ne pas fixer ou commenter les effets personnels dans la voiture.
- **Silence de rigueur** : Ne jamais répéter les conversations entendues sur le parvis ou dans l'habitable.

# MODULE 12 : Proactivité et Anticipation

---

## 12.1. Lire les besoins non exprimés

Le bon service répond à la demande. L'excellent service l'anticipe. C'est la capacité d'observer l'environnement et le client pour agir avant qu'il ne demande.

## 12.2. Exemples d'attitude proactive

- **Météo** : Un nuage approche ? Le parapluie est déjà ouvert avant que la première goutte ne tombe sur le client.
- **Le regard perdu** : Un client sort de l'hôtel et cherche du regard sur le parvis. Ne pas attendre qu'il vienne vers vous. Allez à sa rencontre : *"Monsieur, puis-je vous aider à trouver votre chauffeur ou un taxi ?"*
- **Les mains pleines** : Un client arrive chargé de paquets de shopping. Le voiturier s'approche immédiatement pour le délester.

# MODULE 13 : L'Intelligence Émotionnelle

---

## 13.1. S'adapter au rythme du client

Chaque client est différent, et son humeur peut changer entre l'arrivée et le départ. L'intelligence émotionnelle, c'est savoir s'ajuster instantanément à ce rythme.

## 13.2. Le miroir comportemental

- **Le client pressé** : Réduire la conversation au strict minimum. Accélérer ses propres gestes (sans précipitation). Aller à l'essentiel.
- **Le client détendu / touriste** : Prendre le temps, sourire plus largement, faire une remarque agréable sur la météo ou la ville.
- **Le client fatigué** : Adopter un ton doux, une voix basse, et prendre un maximum de choses en charge pour qu'il n'ait aucun effort à faire.

# MODULE 14 : L'Hospitalité Sincère

---

## 14.1. L'art de faire plaisir

La technique s'apprend, l'attitude vient du cœur. Les clients oublient souvent ce que vous avez dit ou fait, mais ils n'oublient jamais *comment vous les avez fait se sentir*.

## 14.2. Incarner l'établissement

Soyez fier de votre rôle. Le parvis est la scène de votre théâtre. Chaque geste, chaque sourire contribue à l'aura de l'hôtel. Un voiturier souriant, fier de son uniforme et heureux d'accueillir, est le meilleur atout marketing d'un établissement de luxe.

# MODULE 15 : Cas Pratique FAHO N°1

---

## Le client agressif et pressé

**Contexte (Hôtel FAHO) :** Un client arrive en trombe, freine brusquement, sort de la voiture en vous lançant la clé et s'exclame : *"Dépêchez-vous, je suis déjà en retard, et faites attention à mes jantes !"*

**L'Attitude (Désescalade) :**

1. **Ne pas absorber le stress :** Le voiturier garde une posture droite et calme. Il ne s'agite pas.
2. **Réponse posée :** Il rattrape la clé et répond d'une voix très calme et rassurante : *"Rassurez-vous Monsieur, je prends immédiatement votre véhicule en charge avec le plus grand soin. Passez une excellente réunion."*
3. **Effet :** Le contraste entre l'agitation du client et le flegme professionnel du voiturier va naturellement forcer le client à s'apaiser.

## MODULE 16 : Cas Pratique FAHO N°2

---

### La demande hors de votre domaine

**Contexte :** Vous aidez un client à sortir de sa voiture, et il vous demande : *"Pouvez-vous me dire si le musée d'art moderne est ouvert le mardi, et combien coûte le billet ?"*

**L'Attitude (Le Relais) :**

1. **Ne pas dire "Je ne sais pas"** : C'est une réponse interdite dans le luxe.
2. **La prise en charge** : *"C'est une excellente question Monsieur. Je vais demander à notre Chef Concierge de vous confirmer ces informations immédiatement."*
3. **Accompagnement** : Le voiturier guide le client vers le Concierge et fait la transition : *"Chef Concierge, Monsieur souhaiterait des informations sur le musée d'art moderne."*

# MODULE 17 : Cas Pratique FAHO N°3

---

## La barrière de la langue

**Contexte :** Une famille asiatique arrive en voiture de location. Ils ne parlent ni français, ni anglais. Le père vous regarde d'un air interrogateur en tenant les clés.

### L'Attitude (Communication Non-Verbale) :

1. **Le sourire universel :** Un sourire chaleureux et un léger salut de la tête pour montrer le respect.
2. **Gestuelle claire :** Le voiturier montre le ticket de stationnement, tend la main ouverte (paume vers le haut) pour demander la clé avec douceur.
3. **Guidage :** Il montre le coffre avec la main pour demander si on doit l'ouvrir. Une fois les bagages sortis, il accompagne physiquement la famille jusqu'à la porte en désignant la réception.

# CONCLUSION : Grille d'Évaluation

---

## La Maîtrise de l'Attitude

Le "Savoir-Être" est la compétence la plus précieuse d'un voiturier. C'est l'attitude qui transforme un simple service de parking en une véritable expérience d'accueil de luxe.

## Checklist "Attitude et Communication"

- [ ] Ma **posture** est-elle droite, ouverte et dynamique ?
- [ ] Ai-je systématiquement banni le **langage familier** de mon vocabulaire ?
- [ ] Ai-je pratiqué l'**écoute active** et reformulé les demandes ?
- [ ] Ai-je gardé mon **calme (voix et gestes)** face à un client stressé ?
- [ ] Mon **sourire** était-il sincère et mon contact visuel présent à chaque accueil ?



## **Fin du Manuel de Formation**

Document certifié conforme - Programme Excellence de l'Accueil

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