



ACCUEIL ET RELATION CLIENT

Script & Storyboard Pédagogique (Support Vidéo)

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Module de Formation : Food & Beverage Management

PARCOURS D'EXCELLENCE

Formation : Directeur de Restaurant Hôtelier

Plan de la Vidéo (Storyline)



Indication Vidéo (Monteur) : Afficher un sommaire dynamique. Les mots clés "Personnalisation", "Fidélisation", et "Excellence" apparaissent en surbrillance. Musique de fond élégante, accueillante et chaleureuse.

Découpage des Séquences (15 Pages) :

1. **Séquence 1** : Introduction - L'Hôte Parfait (Le premier et le dernier contact)
2. **Séquence 2** : Schéma Explicatif - Le Cycle de l'Accueil Client
3. **Séquence 3** : L'Art de la Personnalisation (Le pouvoir du Cardex)
4. **Séquence 4** : Schéma Explicatif - De la Satisfaction à la Fidélité
5. **Séquence 5** : L'Attitude et le Langage Non-Verbal (Le sourire qui s'entend)
6. **Séquence 6** : La Gestion de l'Attente (Désamorcer l'impatience)
7. **Séquence 7** : Schéma Explicatif - La Méthode L.E.A.R.N. (Gestion des plaintes)
8. **Séquence 8** : Le 'Table Touching' (La présence stratégique du Directeur)
9. **Séquence 9** : La Récupération de Service (Service Recovery)
10. **Séquence 10** : Les Clients VIP et Habitueés (Les standards spécifiques)
11. **Séquence 11** : Le Départ du Client (L'ancrage du souvenir)
12. **Séquence 12** : Étude de Cas N°1 - Le Client VIP non reconnu
13. **Séquence 13** : Étude de Cas N°2 - L'Attente Interminable (Gestion du surbooking)
14. **Séquence 14** : Étude de Cas N°3 - Le Plat Renvoyé (L'application de la méthode LEARN)
15. **Séquence 15** : Conclusion et Grille d'Évaluation (Le Maître de Maison)

Séquence 1: L'Hôte Parfait

 **Indication Vidéo (Visuel) :** B-Roll. Un client franchit la porte du restaurant. Le Directeur s'avance immédiatement, le regard franc, un sourire sincère, et le salue par son nom. La scène respire l'hospitalité de luxe.

Voix-off (Narration) :

"Dans la restauration d'hôtellerie de luxe, la gastronomie ne suffit plus. Un plat exceptionnel peut être oublié si le service est froid, mais un service exceptionnel sauvera toujours un plat moyen. En tant que Directeur de Restaurant, vous êtes le 'Maître de Maison'. L'accueil n'est pas une procédure, c'est une émotion. Les 15 premières secondes déterminent 80% de l'expérience globale du client. Votre rôle est d'insuffler à vos équipes cette culture de l'hospitalité : anticiper les désirs avant qu'ils ne soient formulés, reconnaître chaque client, et transformer un simple dîner en un moment mémorable. Vous ne vendez pas seulement de la nourriture, vous vendez des souvenirs et de la reconnaissance."

Les 3 Devoirs de l'Accueil :

- **Reconnaître** : Faire sentir au client qu'il est unique et attendu.
- **Rassurer** : Prendre en charge le client dès la porte (vestiaire, placement).
- **Enchanter** : Dépasser les attentes standard du service.

Séquence 2: Schéma - Le Cycle de l'Accueil



Indication Vidéo (Visuel) : Animation circulaire. Quatre étapes s'illuminent successivement pour montrer le parcours émotionnel du client.

Voix-off (Narration) :

"L'accueil ne se limite pas à dire 'Bonjour' à la porte. C'est un cycle continu qui dure jusqu'au départ du client."

Le Parcours de l'Hospitalité (À animer) :

1. L'ANTICIPATION

Étude des réservations, préparation de la table (ex: chaise haute, allergies), briefing de l'équipe.

2. LE PREMIER CONTACT

Le regard, le sourire (la règle des 3 mètres), l'utilisation du nom de famille, la prise en charge immédiate.

3. L'EXPÉRIENCE À TABLE

Le "Table Touching" du Directeur, l'adaptation du rythme de service, la vente suggestive élégante.

4. L'ADIEU (Fondamental)

Le remerciement sincère, l'aide au vestiaire, l'invitation à revenir. Le dernier souvenir reste gravé.

Séquence 3: L'Art de la Personnalisation

 **Indication Vidéo (Visuel) :** L'Hôtesse consulte l'ordinateur (PMS/Profil client). Elle chuchote au Directeur : "C'est Monsieur Dubois, allergie aux noix, table 14". Le Directeur s'avance pour l'accueillir avec une solution déjà prête.

Voix-off (Narration) :

"Le luxe, c'est le sur-mesure. Traiter tout le monde de la même manière est une erreur. Le client doit sentir que le service a été créé uniquement pour lui."

Le Pouvoir de la Data (Le Cardex) :

- **Exploiter l'Historique** : Le Directeur doit exiger que son équipe utilise le Cardex (Profil Client dans le logiciel). Si un client boit toujours de l'eau gazeuse avec du citron, cette boisson doit arriver sur la table sans qu'il ait besoin de la commander. L'effet "Wow" est immédiat.
- **La Célébration** : Anniversaires, lunes de miel, contrats d'affaires. Une attention (une coupe offerte, un dessert personnalisé) coûte 5€ à l'hôtel, mais rapporte la fidélité éternelle du client.
- **Le Nom de Famille** : Le mot le plus doux à l'oreille d'un humain est son propre nom. "Bienvenue Monsieur Martin" vaut mille fois "Bienvenue Monsieur". Le Directeur s'assure que le serveur connaisse le nom du client avant de prendre la commande.

Séquence 4: Schéma - De la Satisfaction à la Fidélité

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Animation d'un escalier. Chaque marche représente un niveau d'attachement du client au restaurant.

Voix-off (Narration) :

"La satisfaction n'est plus suffisante. Un client satisfait peut aller dîner ailleurs demain. Votre objectif managérial est de l'amener au stade de la fidélité émotionnelle."

L'Échelle de l'Expérience (À animer) :



Séquence 5: L'Attitude et le Langage Non-Verbal



Indication Vidéo (Visuel) : Split screen. À gauche, un serveur qui regarde le sol, épaules baissées, qui prend une commande sans sourire. À droite, le même serveur, posture droite, regard franc, sourire sincère (Les yeux sourient).

Voix-off (Narration) :

"93% de la communication est non-verbale. L'attitude de votre équipe parle plus fort que leurs mots. Le Directeur est le miroir dans lequel l'équipe se reflète."

Le "Body Language" en Salle :

Les Règles du Standard 5 Étoiles :

- **La Règle du 3/1 :** À 3 mètres, on établit un contact visuel et un sourire. À 1 mètre, on salue verbalement le client. Jamais de client ignoré ("Fantôme").
- **La Posture :** Le dos droit, les mains hors des poches, pas de bras croisés (attitude de fermeture). Une équipe qui marche d'un pas dynamique mais silencieux (pas de course dans la salle).
- **La Voix et le Sourire :** Le sourire s'entend, même de dos ou au téléphone. Le Directeur forme son équipe à adapter son ton : chaleureux et enthousiaste, mais jamais familier. L'élégance réside dans la juste distance.

Séquence 6: La Gestion de l'Attente

 **Indication Vidéo (Visuel) :** Des clients patientent à l'accueil. Le Directeur ne les laisse pas plantés là. Il s'approche, leur offre une flûte de champagne et discute avec eux. Le stress de l'attente s'évapore.

Voix-off (Narration) :

"L'attente est le premier destructeur de satisfaction. Un client qui attend 10 minutes debout à l'entrée sans considération jugera tout le repas sévèrement. Désamorcer cette attente est la priorité du Directeur."

Transformer l'Attente en Opportunité :

- **L'Information Transparente** : Ne dites jamais "Votre table est prête dans une minute" si vous savez que ce sera 15 minutes. Soyez honnête et proposez une solution : "Monsieur, votre table nécessite encore 10 minutes de préparation, je vous invite à patienter confortablement au bar."
- **Le "Geste" Proactif** : Si l'attente dépasse le temps annoncé à cause d'un retard en cuisine ou en salle, le Directeur offre immédiatement un apéritif ou une mise en bouche. Le coût (Food Cost) est infime par rapport à l'impact positif sur l'humeur du client.
- **L'Occupation de l'Espace** : Ne laissez pas les clients attendre devant la porte. Amenez-les au salon, présentez-leur la carte des vins ou le menu pour qu'ils commencent l'expérience.

Séquence 7: Schéma - La Méthode L.E.A.R.N.

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Animation de l'acronyme L.E.A.R.N. (Listen, Empathize, Apologize, React, Notify). Un client mécontent (rouge) se calme progressivement (devient vert) à chaque étape.

Voix-off (Narration) :

"Le conflit est inévitable. La viande trop cuite, le service trop lent... La façon dont le Directeur gère la plainte est la vraie mesure de son professionnalisme."

Désamorcer une Plainte (À animer) :

L - LISTEN

(Écouter) :

Ne jamais interrompre.

Laisser le

client vider

son sac

(Empathie) :

Écouter

Comprendre

activement

(contact

visuel).

(Se

excuser)

comprends

Se excuser

tout à fait

vous nom du

frustration.

proposant. "Je

ce n'est pas

une

normal." (Ne

solution mes

pas chercher

immédiatement pour

d'excuses).

Remplacer

désagrément."

Atteler le

Cher, (si

offrir le

problème le

dessert, ou

faire, un

équipe, un

geste

et faire un

commercial.

suivi en

Séquence 8: L'Art du "Table Touching"

 **Indication Vidéo (Visuel) :** Le Directeur circule dans la salle. Il s'arrête à une table au moment du dessert. Il se tient droit, les mains croisées dans le dos, et échange chaleureusement.

Voix-off (Narration) :

"Le Directeur de Restaurant est le visage de l'établissement. Il ne peut pas rester derrière un pupitre ou un ordinateur. Sa présence au cœur de la salle (Table Touching) est l'essence même de son rôle."

La Présence Stratégique :

- **Le Bon Timing** : On n'interrompt jamais une table lorsque les clients ont la bouche pleine ou sont plongés dans une discussion sérieuse. Le Directeur choisit les moments de transition (après l'apéritif, avant le dessert).
- **La Qualité de l'Échange** : Éviter la question fermée "Tout s'est bien passé ?". Préférer des questions ouvertes et engagées : *"Comment avez-vous trouvé la cuisson de notre bar de ligne, c'est une nouvelle recette du Chef ?"* Cela prouve l'intérêt.
- **La Récupération Discrète** : Si un client hésite dans sa réponse, le Directeur perçoit immédiatement la faille. Le Table Touching permet de capter un mécontentement silencieux avant qu'il ne se transforme en avis négatif sur internet.

Séquence 9: La Récupération de Service (Recovery)

 **Indication Vidéo (Visuel) :** Un serveur renverse par mégarde un verre de vin sur la table. Le Directeur intervient instantanément avec une serviette propre, calme le jeu, offre un verre neuf et sourit.

Voix-off (Narration) :

"L'erreur est humaine, la récupération de service est professionnelle. Un 'Service Recovery' parfaitement exécuté transforme souvent un client déçu en un client plus fidèle que si aucune erreur ne s'était produite."

L'Empowerment face à l'Erreur :

L'Action Immédiate :

- **Ne jamais justifier :** Le client n'a que faire de savoir que la cuisine est en sous-effectif. Le Directeur assume l'entière responsabilité du restaurant sans blâmer son équipe devant le client.
- **Le "Wow" de compensation :** Si la viande était trop cuite, on ne se contente pas de la refaire. On la refait, ET le Directeur offre personnellement un verre de grand vin pour accompagner l'attente. L'objectif est de "sur-compenser" la déception.
- **La Règle de l'Autonomie :** Le Directeur forme ses Maîtres d'Hôtel à pouvoir offrir un café ou un dessert sans avoir à le chercher pour demander la permission. La vitesse de résolution est la clé.

Séquences 10 & 11: Cas 1 (Le VIP non reconnu)

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Icône "Cas Pratique 1". L'Hôtesse demande son nom à un client. Le client fronce les sourcils : "Je viens toutes les semaines, c'est incroyable que vous ne me connaissiez pas."

Les Clients VIP et Habitues (Regulars)

L'hôtellerie de luxe repose sur ses clients réguliers. Un habitué s'attend à être reconnu immédiatement, à ce qu'on lui donne "sa" table et qu'on connaisse ses préférences sans qu'il ait besoin de les dicter. C'est l'essence du Club privé.

Cas Pratique N°1 : Le Raté de l'Accueil

Le Problème : Une nouvelle Hôtesse n'a pas reconnu le PDG de l'entreprise partenaire de l'hôtel (un VIP majeur). Le client se sent vexé et banalisé.

L'Intervention du Directeur : Le Directeur, qui a vu la scène de loin, s'approche immédiatement. *"Bonsoir Monsieur X, quel plaisir de vous revoir. Veuillez excuser Sophie, elle nous a rejoint hier et n'a pas encore eu l'honneur de vous rencontrer. Votre table habituelle près de la baie vitrée vous attend."* **L'Action Corrective (Le Briefing)** : Le lendemain, le Directeur imprime les photos des 10 meilleurs clients VIP de l'hôtel et les affiche dans l'office (Back of House) pour que toute nouvelle recrue mémorise les visages. Le problème ne se reproduira plus.

Séquences 12 & 13: Étude de Cas 2

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Icône "Cas Pratique 2". Le hall du restaurant est rempli. Des clients ayant réservé pour 20h30 attendent encore à 20h50 car les tables précédentes ne partent pas.

Cas Pratique N°2 : L'Attente Interminable (Surbooking)

Le Problème : Une erreur de prise de réservation (ou des clients de 19h qui s'éternisent) provoque un embouteillage à la porte. Les clients de 20h30, en tenue de soirée, commencent à s'agacer bruyamment.

La Gestion de Crise du Directeur : Le Directeur prend le contrôle physique de la zone d'accueil. 1. Il écarte les clients agacés du flux principal pour ne pas contaminer l'ambiance. 2. Il utilise l'empathie : *"Je suis sincèrement désolé, nos tables de 19h profitent tellement du moment qu'elles ont pris du retard."* 3. L'Action "Recovery" : Il les escorte personnellement au bar de l'hôtel, commande une bouteille de Champagne (sur le compte du restaurant) et promet de venir les chercher en personne. **Résultat** : Les clients passent de l'irritation à l'euphorie grâce au geste commercial chic. Le délai est pardonné.

Séquence 14: Étude de Cas 3 (La Méthode LEARN)



Indication Vidéo (Visuel) : Icône "Cas Pratique 3". Une cliente repousse son assiette de poisson. Le serveur est embarrassé. Le Directeur s'approche.

Cas Pratique N°3 : Le Plat Renvoyé

Le Problème : Une cliente se plaint que son filet de bar est "beaucoup trop sec et trop salé". Elle est visiblement contrariée car son mari a déjà commencé à manger.

L'Application de la Méthode LEARN :

- **L (Listen) :** Le Directeur s'incline légèrement et l'écoute sans l'interrompre.
- **E (Empathize) :** *"Vous avez tout à fait raison Madame, le poisson doit être nacré et fondant."* (Il valide sa plainte).
- **A (Apologize) :** *"Je vous prie de m'excuser pour cette erreur de cuisson."*
- **R (React) :** *"Je retire cette assiette immédiatement. Je demande au Chef de vous préparer un nouveau filet en priorité absolue (VIP Rush). En attendant, puis-je vous offrir un verre de ce Chablis pour patienter avec votre mari ?"*
- **N (Notify) :** Il va en cuisine, gère le retour avec le Chef sans crier, et retourne voir la table à la fin du plat pour valider la satisfaction. Le plat sera évidemment déduit de l'addition.

Séquence 15: Conclusion & Grille d'Évaluation

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Affichage de la "Checklist du Maître de Maison". Défilement du texte vers le haut. Musique d'accomplissement (Corporate).

Grille d'Évaluation (Relation Client) :

- [] J'utilise la **Data (Cardex)** pour personnaliser l'accueil et anticiper les besoins des clients.
- [] Je montre l'exemple à mon équipe par une **posture et un langage non-verbal** irréprochables.
- [] Je pratique le **"Table Touching"** à chaque service pour tisser un lien avec mes convives.
- [] J'applique la méthode **L.E.A.R.N.** pour désamorcer toutes les plaintes avec élégance.
- [] Je donne l'autonomie (**Empowerment**) à mon équipe pour réaliser des gestes de "Service Recovery".

Le Mot de la Fin

L'hôtellerie et la restauration de luxe ne sont pas des industries de produits, ce sont des industries d'émotions. Un client oubliera peut-être la composition exacte de son menu, mais il n'oubliera jamais l'accueil chaleureux, la reconnaissance de son nom, et la façon élégante dont vous avez géré un imprévu. Le Directeur de Restaurant est le chef d'orchestre de ces émotions. En insufflant une véritable culture de l'hospitalité à votre équipe, en étant présent en salle et en maîtrisant l'art de la récupération de service, vous ne gérez plus de simples transactions : vous créez des ambassadeurs fidèles pour votre établissement. Vous êtes l'Hôte par excellence.

Fin du Script d'Animation Vidéo

Conçu pour la formation managériale des Directeurs de Restaurant en Hôtellerie.