



PRISE EN CHARGE DES CLIENTS VIP ET FIDÉLISATION

Script & Storyboard Pédagogique (Support Vidéo)

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Module de Formation : Service & Management de Salle

PARCOURS D'EXCELLENCE

Formation : Maître d'Hôtel (Hôtellerie & Restauration)

Plan de la Vidéo (Storyline)



Indication Vidéo (Monteur) : Afficher un sommaire dynamique. Les mots clés "Cardex", "Wow Effect", et "Discrétion" apparaissent en surbrillance Or. Musique de fond feutrée, évoquant le luxe et l'exclusivité.

Découpage des Séquences (15 Pages) :

1. **Séquence 1** : Introduction - Qu'est-ce qu'un VIP en Hôtellerie de Luxe ?
2. **Séquence 2** : Schéma Explicatif - La Pyramide de Fidélisation Client
3. **Séquence 3** : La Préparation (Pre-Arrival) - Le pouvoir du Cardex
4. **Séquence 4** : Schéma Explicatif - Les Niveaux de VIP (V1, V2, V3) et les "Amenities"
5. **Séquence 5** : L'Accueil VIP - Le protocole d'arrivée et l'escorte sur-mesure
6. **Séquence 6** : L'Expérience à Table - Hyper-personnalisation sans intrusion
7. **Séquence 7** : Schéma Explicatif - La Zone de Discrétion (Le cercle d'intimité)
8. **Séquence 8** : La Gestion de l'Incognito et de la Sécurité (NDA, paparazzis)
9. **Séquence 9** : Le "Wow Effect" - Dépasser les attentes par l'anticipation
10. **Séquence 10** : La Fidélisation (Le Suivi Post-Service et le CRM)
11. **Séquence 11** : L'Équipe : Former la brigade aux standards VIP
12. **Séquence 12** : Étude de Cas N°1 - Le VIP exigeant et l'allergie de dernière minute
13. **Séquence 13** : Étude de Cas N°2 - L'erreur de service sur une table VIP (Service Recovery)
14. **Séquence 14** : Étude de Cas N°3 - Fidéliser un client "difficile" pour en faire un Ambassadeur
15. **Séquence 15** : Conclusion et Grille d'Évaluation (L'Artisan de l'Inoubliable)

Séquence 1: Qu'est-ce qu'un VIP ?



Indication Vidéo (Visuel) : B-Roll. Un client célèbre (acteur ou PDG) traverse le hall de l'hôtel. Le Maître d'Hôtel l'accueille avec une courtoisie naturelle, sans nervosité, comme s'il recevait un ami de longue date.

Voix-off (Narration) :

"Dans l'hôtellerie de luxe, le terme VIP (Very Important Person) va bien au-delà de la célébrité. Un VIP peut être une star de cinéma, un chef d'État, mais aussi – et surtout – un client ultra-fidèle qui dîne dans votre établissement toutes les semaines, ou un journaliste influent. La prise en charge d'un VIP est l'épreuve du feu pour un Maître d'Hôtel. Elle exige un équilibre parfait : il faut offrir un service hyper-personnalisé, d'une précision chirurgicale, tout en maintenant une discrétion absolue et un flegme imperturbable. Le luxe ne réside pas dans la courbette excessive, mais dans la justesse de l'attention. Un VIP ne cherche pas à être impressionné par votre faste, il cherche à se sentir protégé, compris, et 'chez lui'."

Les 3 Piliers du Service VIP :

- **L'Anticipation** : Connaître ses désirs avant qu'il ne les exprime.
- **La Discrétion** : Protéger son intimité vis-à-vis des autres clients et du personnel.
- **La Constance** : L'expérience doit être parfaite à chaque visite pour garantir la fidélisation.

Séquence 2: Schéma - Pyramide de Fidélisation

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Animation d'une pyramide inversée (ou classique) montrant l'évolution d'un client au sein de l'établissement.

Voix-off (Narration) :

"On ne naît pas VIP, on le devient souvent par fidélité. Le but ultime du Maître d'Hôtel est de faire gravir cette pyramide à chaque client."

Le Parcours du Client (À animer) :

4. L'AMBASSADEUR (VIP Absolu)

Il défend votre marque, recommande le restaurant à son réseau. Il est "chez lui".

3. LE CLIENT RÉGULIER (Fidèle)

Il vient plusieurs fois par semaine. Ses préférences sont enregistrées dans le Cardex.

L'expérience a été bonne, mais il n'a pas encore de lien émotionnel avec l'équipe.

2. LE CLIENT SATISFAIT NOUVEAU

(First
Timer)

Il teste le restaurant pour la première fois.

Séquence 3: La Préparation (Pre-Arrival)



Indication Vidéo (Visuel) : Le matin, le Maître d'Hôtel est en réunion avec le département "Guest Relations" de l'hôtel. Ils épluchent ensemble la liste des arrivées de la journée.

Voix-off (Narration) :

"Le secret d'un service VIP réussi réside à 80% dans la préparation avant l'arrivée du client. L'improvisation est l'ennemi de l'excellence."

Le Pouvoir du Cardex :

- **La Récolte d'Informations (Intelligence Client) :** Le Maître d'Hôtel vérifie la fiche du client (PMS / Réservation). Quel est son titre (Son Altesse, Monsieur le Ministre, Docteur) ? Quelle est son eau minérale favorite ? A-t-il des allergies sévères connues ? Préfère-t-il la table 12 dans le coin sombre ?
- **La Coordination Interne :** Il informe le Chef de Cuisine des préférences culinaires du VIP pour que la cuisine anticipe. *"Chef, M. Bernard dîne ce soir, prévoyez son filet de bœuf extra-tendre sans sel ajouté."*
- **Le "Briefing" Brigade :** Lors du Line-up, il informe discrètement les Chefs de Rang concernés, sans créer de panique. *"Ce soir, la table 4 est hautement prioritaire. Service discret, pas d'interruptions inutiles."*

Séquence 4: Schéma - Les Niveaux de VIP

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Animation présentant une matrice de classification. Les hôtels de luxe catégorisent les VIP pour adapter les attentions (Amenities).

Voix-off (Narration) :

"Tous les VIP n'ont pas le même statut dans le protocole hôtelier. Le Maître d'Hôtel adapte le niveau d'attention (et le budget alloué) en fonction de cette classification."

La Classification Protocolaire (À animer) :

VIP 3 (Régulier)



Client très fidèle, PDG local, journaliste.

Action : Accueil par le Maître d'Hôtel, coupe de champagne ou amuse-bouche offert par la maison.

VIP 2 (Top VIP)



Célébrité, grand influenceur, Directeur de grand groupe.

Action : Accueil par le Directeur F&B, table isolée, attentions spécifiques (vin préféré).

VIP 1 (VVIP)



Chef d'État, Royauté, Propriétaire de l'hôtel.

Action : Accueil par le Directeur Général. Protocole de sécurité activé. Service sur-mesure absolu.

Séquence 5: L'Accueil VIP et le Protocole



Indication Vidéo (Visuel) : Le VIP franchit la porte. Le Maître d'Hôtel s'avance. Il ne demande pas le nom. Il dit directement : "Bonsoir Monsieur X, c'est un honneur de vous recevoir à nouveau."

Voix-off (Narration) :

"Le moment de l'accueil d'un VIP doit être d'une fluidité absolue. Toute forme d'hésitation ou de bureaucratie détruit la magie de l'exclusivité."

Les Règles de l'Accueil Sur-Mesure :

- **Le "Zero Stop" :** Un VVIP ne s'arrête pas au desk d'accueil pour faire la queue. Le Maître d'Hôtel l'intercepte dès la porte et l'escorte directement à sa table (qui est toujours prête).
- **Le Traitement des Gardes du Corps :** Si le VIP est accompagné d'un service de sécurité, le Maître d'Hôtel a prévu une table adjacente, discrète, pour qu'ils puissent dîner tout en gardant un contact visuel, sans perturber le service de la salle.
- **L'Installation :** Le Maître d'Hôtel gère personnellement l'installation de la table, tire la chaise, et remet le relais au Chef de Rang de manière quasi-invisible.

Séquence 6: L'Expérience à Table



Indication Vidéo (Visuel) : Un Chef de Rang s'approche d'une table VIP. Il verse l'eau gazeuse de la marque préférée du client sans même qu'il ne l'ait demandée. Le client sourit.

Voix-off (Narration) :

"L'hyper-personnalisation consiste à faire disparaître la carte. Le client VIP ne doit faire aucun effort, l'équipe devance ses moindres souhaits."

Le Service "Intuition" :

L'Art de la Discrétion :

- **Le "Silent Service" :** À une table VIP (surtout lors d'un repas d'affaires), les serveurs n'interrompent jamais les conversations pour annoncer un plat de manière théâtrale. Le service se fait en silence, avec des gestes précis et invisibles.
- **La Lecture du Client :** Le Maître d'Hôtel observe le langage corporel. Si le VIP cherche de l'intimité, il réduit les passages à table au strict minimum. S'il a envie de discuter, le Maître d'Hôtel se montre plus présent pour échanger.
- **Le "No-Check" (L'addition invisible) :** Un VIP habitué ou en "Post to Room" ne demande souvent pas l'addition. Le Maître d'Hôtel s'assure que la facture est basculée sur sa chambre ou son compte société sans qu'aucun papier ne pollue la fin de son repas.

Séquence 7: Schéma - La Zone de Discrétion

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Animation d'une table vue de dessus. Des cercles concentriques se dessinent autour de la table pour illustrer la zone de confort et d'intimité.

Voix-off (Narration) :

"La célébrité attire les regards. La mission du Maître d'Hôtel est de créer une 'bulle' de protection autour du VIP sans pour autant offenser les autres clients du restaurant."

Le Cercle d'Intimité (À animer) :

LA BULLE (1 Mètre)

Réservée uniquement au Chef de Rang assigné et au Sommelier. Personne d'autre ne s'approche.

+

LE PÉRIMÈTRE (3 Mètres)

Le Maître d'Hôtel surveille cette zone. Il intercepte gentiment tout client qui voudrait venir demander un autographe.

=

LA SÉCURITÉ INVISIBLE

Le VIP dîne en paix au milieu d'une salle pleine, sans se sentir observé ou isolé derrière un paravent.

Séquence 8: La Gestion de l'Incognito



Indication Vidéo (Visuel) : Un serveur sort son smartphone discrètement pour prendre une photo d'une star. Le Maître d'Hôtel surgit instantanément, lui fait baisser la main avec un regard noir, et confisque le téléphone.

Voix-off (Narration) :

"Le luxe absolu, c'est la confidentialité. Ce qui se passe dans le restaurant reste dans le restaurant. Une faille de sécurité est une faute professionnelle lourde."

Confidentialité et Paparazzis :

- **Le NDA (Non-Disclosure Agreement) :** Dans les palaces, les équipes signent des clauses de confidentialité. Le Maître d'Hôtel rappelle au briefing : *"Aucune mention de la présence de Monsieur X sur les réseaux sociaux. C'est un motif de licenciement immédiat."*
- **Gestion des 'Chasseurs d'autographes' :** Si un autre client se lève pour importuner le VIP, le Maître d'Hôtel s'interpose physiquement mais avec douceur : *"Madame, je vous prie de m'excuser, notre client dîne dans un cadre privé. Nous vous remercions de respecter son intimité."*
- **L'Entrée Dérobée :** Pour les VVIPs (Chefs d'État), le Maître d'Hôtel coordonne avec la sécurité de l'hôtel une arrivée par les cuisines ou un ascenseur de service dédié.

Séquence 9: Le "Wow Effect"

 **Indication Vidéo (Visuel) :** Un client régulier célèbre son contrat. Le Maître d'Hôtel apporte une bouteille de vin. "Félicitations pour votre signature Monsieur, voici la cuvée que vous aviez adorée l'année dernière à la même date." Le client est bluffé.

Voix-off (Narration) :

"Répondre aux attentes, c'est le standard du service. Dépasser les attentes, c'est le 'Wow Effect'. C'est ce qui transforme un client satisfait en un client fidèle à vie."

Créer l'Inoubliable :

L'Attention Inattendue :

- **Le Détail Cardex :** Le Maître d'Hôtel sait que Madame aime les fleurs blanches. Il a fait placer un petit bouquet de lys au centre de leur table avant leur arrivée.
- **L'Intervention du Chef :** Faire sortir le Chef Exécutif en salle à la fin du repas pour saluer personnellement le VIP. C'est une marque de respect immense qui valorise le client devant ses invités.
- **Le Souvenir (Le Give-away) :** Au moment du départ, remettre un petit cadeau personnalisé : la carte du menu imprimée avec un message signé de l'équipe, ou une boîte de mignardises pour la chambre. *L'expérience se prolonge au-delà du restaurant.*

Séquence 12: Étude de Cas 1 (L'Urgence Allergie)



Indication Vidéo (Visuel) : Icône "Cas Pratique 1". Le VIP (un critique culte) s'assoit et annonce soudainement qu'il suit un régime sans sodium (sans sel) strict depuis 2 jours. Rien n'était prévu au Cardex.

Cas Pratique N°1 : Le VIP et l'Allergie de dernière minute

Le Problème : Le Chef a préparé ses mises en place "Signature" pour impressionner ce critique. Mais tout est déjà assaisonné. Annoncer qu'on ne peut pas le servir est impensable.

L'Action du Maître d'Hôtel :

1. **Garder le contrôle :** Il ne montre aucune surprise. *"Absolument Monsieur, nous allons adapter notre Menu Dégustation à vos exigences."*
2. **La Négociation en Cuisine :** Il fonce au pass. Il calme le Chef qui risque de s'énerver. *"Chef, on oublie le menu prévu. Il nous faut 3 plats sans une goutte de sel. On part sur le bar cuit vapeur et un tartare taillé minute. C'est ta chance de montrer la pureté de tes produits."*
3. **Résultat :** Le Maître d'Hôtel a transformé une contrainte technique en un défi gastronomique. Le critique valorisera l'adaptabilité exceptionnelle de l'établissement.

Séquence 13: Étude de Cas 2 (Service Recovery)



Indication Vidéo (Visuel) : Icône "Cas Pratique 2". Un commis nerveux renverse quelques gouttes de sauce sur la veste de costume du client VIP. Moment de silence terrifiant en salle.

Cas Pratique N°2 : L'Erreur sur une table VIP

Le Problème : L'impensable se produit. Une faute de service majeure vient entacher le repas d'un grand patron d'industrie.

L'Action du Maître d'Hôtel (Service Recovery) :

1. **L'Intervention Bouclier** : Le Maître d'Hôtel écarte le commis immédiatement (pour le protéger et calmer le jeu). Il prend le relais avec une serviette propre et de l'eau gazeuse.
2. **La Prise en Charge Totale** : Il ne minimise pas. *"Monsieur, je vous présente mes plus sincères excuses. Permettez-nous de faire porter votre veste à notre service de pressing "Express" immédiatement. Notre Gouvernante Générale va s'en occuper personnellement."*
3. **Le Geste Commercial** : Il ne demande pas l'autorisation de faire un geste. Il offre l'intégralité des vins de la table ou le repas complet, et assure un suivi le lendemain.

Résultat : L'erreur est effacée par la puissance et la rapidité de la réaction. Le VIP reviendra.

Séquence 14: Étude de Cas 3 (Fidéliser l'exigeant)



Indication Vidéo (Visuel) : Icône "Cas Pratique 3". Un client notoirement "difficile", qui se plaint toujours et demande sans cesse de changer de table, arrive.

Cas Pratique N°3 : Le Client Difficile devenu Ambassadeur

Le Problème : Ce client régulier épuise la brigade. Il trouve toujours un défaut (musique trop forte, viande trop froide) et menace de ne plus revenir.

L'Action Stratégique du Maître d'Hôtel :

1. **La Reconnaissance de l'Ego :** Ce client ne cherche pas le conflit, il cherche l'attention. Le Maître d'Hôtel décide de le "sur-servir".
2. **L'Anticipation (Le devancer) :** Dès qu'il passe la porte, le Maître d'Hôtel l'accueille : *"Monsieur, j'ai fait baisser la climatisation et la musique dans votre zone car je sais que vous aimez le calme. J'ai aussi prévenu le Chef pour la cuisson de votre viande."*
3. **Le Résultat :** Privé d'arguments pour se plaindre et flatté que le Maître d'Hôtel se souvienne de toutes ses exigences, le client se détend. Il devient le plus grand ambassadeur du restaurant car il estime être le seul endroit où on le "comprend vraiment".

Séquence 15: Conclusion & Grille d'Évaluation

 **Indication Vidéo (Visuel)** : Affichage de la "Checklist de l'Artisan de l'Inoubliable". Défilement du texte vers le haut. Musique majestueuse, évoquant l'excellence et la fidélité.

Grille d'Évaluation (VIP & Fidélisation) :

- [] J'étudie méticuleusement le **Cardex et la liste des arrivées (Arrivals)** avant chaque service.
- [] J'adapte mon protocole d'accueil en fonction du **niveau de VIP (V1, V2, V3)**.
- [] J'impose une **discrétion et une confidentialité (NDA)** absolues à ma brigade.
- [] J'intercepte et je rattrape chaque erreur de service (**Recovery**) avec des solutions rapides et généreuses.
- [] Je crée des **"Wow Effects"** personnalisés pour transformer un client satisfait en Ambassadeur.

Le Mot de la Fin

Traiter un VIP, ce n'est pas faire preuve de soumission, c'est faire preuve de maîtrise. Le véritable luxe ne crie pas, il murmure. En tant que Maître d'Hôtel, votre capacité à offrir une expérience sur-mesure, à anticiper le moindre désir et à protéger l'intimité de vos hôtes est votre signature. La fidélisation ne s'achète pas avec des réductions, elle se gagne par l'émotion et la constance. Quand un client traverse le monde et choisit votre restaurant parce qu'il sait qu'il y sera reconnu, en sécurité et choyé, vous n'avez pas seulement réussi un service : vous avez accompli l'essence même de la grande hôtellerie.

Fin du Script d'Animation Vidéo

Conçu pour la formation opérationnelle et managériale des Maîtres d'Hôtel.