L'ACCUEIL DANS LES MÉTIERS DU TOURISME








LES THÈMES DE LA MATINEE

- *L'accueil : de quoi parle-t-on ?*
- *Les différentes étapes de l'accueil*
- *Les difficultés rencontrées*
- *Comment réagir face aux clients*
- *Appliquer les principes de l'accueil*
- *Et votre accueil, comment le jugez-vous ?*
  (tests téléphoniques et mails)
- *Séquence : Présentation orale de votre produit*

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



L'accueil : de quoi parle-t-on ?

- **Tout contact avec le client**
  - **Téléphone**
  - **Accueil physique**
  - **Correspondances (courrier, fax, email)**
  - **Accueil virtuel (sites web)**
  - **Après le départ (suivi satisfaction, traitement des réclamations)**



Qu'est ce qui est au cœur d'un bon accueil ?

Rappelez-vous votre meilleur souvenir d'un accueil réussi…

Et le pire…

Les points communs ?

- **Les attitudes**
- **Les aptitudes**
- **La maîtrise du produit**

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

LES 10 ÉTAPES INCONTOURNABLES DE L'ACCUEIL
À L'ARRIVÉE DES CLIENTS



1. JE ME LEVE QUAND LE CLIENT ARRIVE
2. JE LUI SOUHAITE LA BIENVENUE
3. J'IDENTIFIE SA DEMANDE
4. JE L'INTERROGE SUR SON SOUCI DE STATIONNEMENT OU SUR L'ACCÈS
5. REFORMULATION DE LA DEMANDE
6. JE LUI PRÉSENTE LES SERVICES DE L'ÉTABLISSEMENT
7. JE GUIDE LE CLIENT SUR SES BESOINS ANNEXES
8. INDICATION ORALE DE L'ACCÈS AU SERVICE (ACCOMPAGNEMENT)
9. PRISE DE CONGÉ AVEC FORMULE DE POLITESSE
10. JE PRÉVOIS LE SUIVI CLIENT

LES 10 ÉTAPES INCONTOURNABLES DE L'ACCUEIL
AU DÉPART DES CLIENTS



1. JE ME LEVE QUAND LE CLIENT ARRIVE
2. JE L'INTERROGE SUR SA SATISAFCTION
3. INETRROGATION SUR SES BESOINS ÉVENTUELS
4. PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE LA FACTURE
5. ENCAISSEMENT
6. PRÉSENTATION D'UN ÉLÉMENT DE FIDÉLISATION
7. JE M'INQUIÈTE DE SON DÉPART (DIRECTION,TAXI…)
8. J'AIDE LE CLIENT POUR SES BAGAGES (dans la mesure du possible)
9. PRISE DE CONGÉ CHALEUREUSE
10. JE PRÉVOIS LE SUIVI CLIENT

WWW.DZPEN.COM

LES 10 ÉTAPES INCONTOURNABLES DE *L'ACCUEIL EN RESTAURATION*

1. JE VAIS VERS LES CLIENTS A LEUR ARRIVÉE
2. JE LEUR SOUHAITE LA BIENVENUE
3. J'IDENTIFIE LEUR RÉSERVATION
4. JE PRENDS LEURS VÊTEMENTS
5. JE LES ACCOMPAGNE À LEUR TABLE
6. JE LEUR PROPOSE DE CHOISIR LEUR TABLE
7. JE TIENS LA CHAISE AUX DAMES
8. JE DONNE LES CARTES
9. J'ANNONCE LES PLATS DU JOUR ET SUGGÈRE L'APÉRITIF
10. J'ANNONCE LEUR ARRIVÉE EN CUISINE





Les principaux problèmes rencontrés à chaque étape ?

LA BASE DE LA COMMUNICATION

DEMANDE

ÉMETTEUR « *INTERLOCUTEUR* »



RÉCEPTEUR « *VOUS* »

REFORMULATION DE LA DEMANDE

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



Quelles sont les attentes des clients ?

Par rapport au personnel

- Sourire
- Attitude respectueuse
- Comportement professionnel
- Respect des procédures
- Personnel formé et informé
- Bonne connaissance du produit
- Efficacité
- Tenue soignée
- Attitude adaptée (nourriture, cigarettes, conversation personnelle)
- Maîtrise de soi
- Ne pas varier d'attitude en fonction du produit acheté
- Attitude discrète
- Traitement équitable

Pour eux mêmes

- Bonne disposition
- Bonne impression générale
- Environnement sensoriel rassurant (bruit, odeur, vue)
- Comportement adapté (âge, santé, situation…)
- Ne pas être jugé
- Être rassuré
- Être pris en charge
- Obtenir des solutions
- Attente la plus courte possible
- Sentir de l'empathie
- Donner sa confiance
- Respect des conventions
- Séjour organisé (arrivée-départ)
- Facturation juste et rapide
- Conseil, information pertinente



Les différents moments de l'accueil

Accueil Téléphonique

- Renseignements
- Réservation
- Appels internes
- Fournisseurs, administrations…

Accueil Physique

- Arrivée
- Départ
- Activités et services
- Au cours de l'interaction

Accueil informatif

- Signalétique externe /interne
- Affichage ponctuel
- Livret d'accueil

Accueil Marketing

- Site web (texte, photo, vidéo…)
- Email, courrier, fax
- Publicités

WWW.D قلم



Moyens et Méthodes pour un bon accueil

Connaître vos Clients

- Information précise
- Compétence du personnel
- Dossier client complet
- Note synthétique
- Mémoire des noms et des visages

Connaître vos Équipes

- Organigramme et responsabilités
- Délégation (qui fait quoi ?)
- Une fonction = une formation
- Transmission des consignes
- Responsabiliser (quels droits ?)
- Personnaliser l'accueil

Connaître vos Produits

- Information précise et détaillée
- Information à jour
- Source d'information à proximité
- Toujours vérifier (bannir le « je pense que »)

Connaître vos + & -

- Arguments forts
- Points sensibles (en + et -)
- Problèmes prévisibles
- Alternatives possibles
- Vision des clients (Questionnaires et entretiens)



Clés pour un bon accueil

- **Maîtriser les attentes de ses clients**
- **Disposer des moyens et méthodes pour un bon accueil**
  - **Accueil / communication Téléphonique**
    - Analyse de votre contact téléphonique
  - **Accueil / communication Physique**
    - Analyse de votre maîtrise relationnelle, de vos équipements, matériels et procédures.
  - **Accueil / communication Informatif :**
    - Analyse de vos affichages
  - **Accueil / communication Marketing**
    - Analyse de vos supports

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LE PREMIER CONTACT

➢ Une seule chance de donner tout de suite une bonne première impression de l'établissement :

✓ **TÉLÉPHONE : LE MOYEN DE COMMUNICATION LE + UTILISÉ**

- Plus des 3/4 des réservations et des demandes d'information arrivent par ce canal

✓ **MAIS PAS SEULEMENT LES RÉSERVATIONS**

- Les fournisseurs
- Les partenaires (tour opérateur, agences de voyages…)
- Les concurrents (échanges de clientèle, d'informations…)
- Les institutionnels (office de tourisme, mairie)
- Les relais d'opinion (presse, guides…)
- Les conversations personnelles (clients et membres de l'équipe)
- Les appels en interne (commande petit - déjeuner, informations…)
- …



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LE PREMIER CONTACT

➢ Chaque appel téléphonique est l'opportunité de montrer à votre interlocuteur l'attention que vous lui portez et le professionnalisme dont vous faites preuves :

✓ **IL EST IMPORTANT :**

- De ne pas faire attendre le client : 3 sonneries maximum …
- De se présenter de la même façon : tout le monde a la même phrase d'accueil ? (« Nom de l'établissement, formule de politesse, prénom… »)

✓ **LA MISE EN ATTENTE :** ***Un autre appel survient !***

« Veuillez patienter je mets une autre ligne en attente »

Action : *Mise en attente sonore, ou mode secret*

Ne jamais poser le combiné sur le comptoir

« Etablissement XYZ, bonjour, veuillez patienter je suis déjà en ligne »

Action : *Mise en attente sonore, mode secret*

Ne jamais attendre la réponse du client

« Merci d'avoir patienté»

WWW.DZPEN.
قلم جزائر



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LE PREMIER CONTACT

➢ **Votre attitude : les mots et formulations que vous utilisez doivent refléter l'image d'une personne sympathique, enthousiaste, professionnelle et sure d'elle.**

✓ **EN CONSÉQUENCE VOUS DEVEZ :**

- Être souriant (e)
- Avoir une voix claire, douce et agréable
- Articuler correctement, avoir un bon débit
- Ne jamais crier ou avoir des sauts de voix
- Être poli (e), sincère et discret (e)
- Ne pas s'impatienter
- Être aimable et serviable
- Être concis (e)
- Et être malgré tout précis (e)



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LE PREMIER CONTACT

✓ **TERMINER LA CONVERSATION AVEC LES PHRASES DU TYPE :**

- Je vous remercie de votre appel
- Je vous souhaite une bonne journée, une bonne soirée
- Au revoir Monsieur, Madame, (utiliser le nom si vous le connaissez, notamment lors de la prise d'une réservation)

✓ **EN RÉSUMÉ L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE C'EST L'OCCASION DE :**

Donner une bonne première impression

Donner une bonne image de l'accueil de votre établissement

De prouver tout de suite votre professionnalisme

WWW.DZPEN.C قلم



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE

✓ LES SEPT ERREURS À ÉVITER

11 % des appels restent sans réponse	✓ Répondeur ✓ Renvoi d'appel
37 % des réponses après 3 sonneries	✓ Responsable ✓ Organisation
14 % des appels ton froid ou indifférent	✓ Sourire ✓ Concentration
39 % des entretiens sans reformulation	✓ Prendre congé ✓ Garder le contact
28 % raccrochent avant le client	✓ Suivre le client ✓ Guider l'entretien
19 % des appels ont un bruit de fond	✓ Isolation ✓ Organisation
Beaucoup ont un débit trop rapide…	✓ Articuler ✓ Rester calme



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE

LE PREMIER CONTACT

✓ ÉVITER TOUS LES TICS VERBAUX ET LES TOURNURES FAMILIÈRES :

- HEU !
- OUAIS
- HUM
- OK

✓ ÉVITER LE JARGON PROFESSIONNEL (TWIN, SINGLE…) QUI EST RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS (HÉBERGEUR, AGENCES,TO)

✓ CAR IL DONNE UNE IMPRESSION D'INACCESSIBILITÉ POUR VOTRE INTERLOCUTEUR ET RND L'ENTRETIEN PEU CONVIVIAL.

« Il faut s'adapter à son auditoire !

Mais ne jamais être familier »

WWW.DZPI قلم الجزائر



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LE PREMIER CONTACT

Situation	A dire	À éviter
Pour prendre un appel extérieur	Établissement…. Bonjour, Prénom À votre service !	Allô ! Oui !
Pour mettre une ligne en attente	Veuillez ne pas quitter, je suis déjà en ligne.	Ne bouger pas, je reviens ! Je suis à vous tout de suite !
Pour connaître l'identité d'un correspondant	Qui dois-je annoncer ?	De la part de qui ? Vous êtes…. ?
Pour passer un client en interne	Je vous mets en communication avec Mr ou Mme …	Je vous passe Mr X… Transférer sans prévenir
Le correspondant demandé est absent	Mr X est absent pour le moment Mr X est en entretien actuellement Mr X est en rendez-vous à l'extérieur, puis-je prendre vos coordonnées ou préférez vous rappeler ?	Mr X n'est pas là Je viens de le voir partir Je ne vois pas sa clé au tableau Il n'est pas encore arrivé Oh on ne le voit pas avant 10 h
Pour prendre un message	Souhaitez vous laisser un message Souhaitez vous que Mr X… vous rappelle (prendre nom et n° Tél et heure d'appel)	Que dois-je lui dire ? Vous avez un message ? Vous souhaitez que je lui laisse une commission ?
Pour prendre une réservation	Veuillez ne pas quitter je consulte nos disponibilités (procédure de résa)	Quittez pas ! J'ai pas le planning sous les yeux ! Je vais voir ! Attendez que je regarde !



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LA RÉSERVATION

IMPORTANCE STRATÉGIQUE DU SERVICE

- Premier contact direct avec vous
- Une seule chance de faire une 1ère impression
- L'occasion de confirmer votre promesse client
- Après la pub & la communication, la vente
- La maîtrise du planning
- Le yield (optimiser la vente)
- Suivre le marché

WWW.DZPE قلم



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LA RÉSERVATION

- Qui est en charge de quoi ? (Responsabilités)
- Connaissez vous les attentes de votre clientèle par rapport à votre produit ?
  (Avez-vous listé toutes les questions (et les réponses qu'ils vous posent tout le temps ?)
- Donnez vous bien toutes les informations à ceux qui sont chargés de répondre au téléphone ?…



L'ACCUEIL TELEPHONIQUE
LA RÉSERVATION

LES OUTILS

- MUSIQUE D'ATTENTE
- TRANSFERT D'APPEL
- TÉLÉPHONE SANS FIL
- PLANNING PAPIER OU INFORMATIQUE
- FEUILLE D'ENTRETIEN ET DE PRISE DE RÉSERVATION

WWW.DZPL

FICHE DE RÉSERVATION TYPE OU D'INFORMATION

ACCUEIL

*Hôtel..... **« nom de l'interlocuteur »**, Bonjour*
Mise en attente aimable du client si besoin est :
Ex : "Veuillez ne pas quitter, je suis à vous tout de suite..."
Puis "Je vous remercie d'avoir patienté, puis je vous aider ?"

DISPONIBILITÉ

Date d'arrivée :	**PAS DE DISPONIBILITÉS ALTERNATIVE PROPOSÉE**
Date de départ :	
Nombre nuit(s) :	
Nombre PAX :	
Type Chambre	
Fumeur ☐ Non-fumeur ☐	
Prix	

DÉTAILS DE LA RÉSERVATION

Nom du client : _____ Prénom : _____
Conversation personnalisée : M. ou Mme .....
Heure d'arrivée : _____ *Code si besoin*
Confirmation : *(Fax ou n°CB) :* _____
Besoin d'un plan : OUI ☐ NON ☐ ENVOI : _____
EX : Savez-vous comment venir jusqu'à l'hôtel ? _____
Moyen d'acheminement jusqu'à l'hôtel : Taxi ☐ Voiture ☐ Bus ☐ Train ☐
Autre : _____

REFORMULATION DE LA RESERVATION

Reformulation de la demande :
Ex M. / Mme ....., je vous confirme votre réservation pour :
*Le **"date d'arrivée"** pour **"nbr nuit(s)"** pour **"nbr pax"** personne(s)*
*En chambre **"type de chambre"** **"fumeur ou non-fumeur"** au prix de ...€*

Observation(s) :*(lit bébé / arrivée tardive.....)*

Formule de politesse propre à l'hôtel

VOTRE ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

UNE PREMIÈRE IMPRESSION

➢ COMMENT JUGEZ-VOUS VOTRE ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE ?

TEST DE CONFORMITÉ

Hébergement : demande de prix et d'information (lit bébé, accès PMR, prix, disponibilité)

Lieu de visite : horaires, prix, possibilité de visite pour un groupe, avec des enfants…

Restaurant : prix, type de menus, jours et horaires d'ouverture, accessibilité.

WWW.DZPEN قلم الجزائر



TEST TÉLÉPHONIQUE

- **En général accueil cordial mais…**
  - Absence de formule d'accueil professionnelle
  - Débit irrégulier
  - Expression un peu familière
  - Hésitations, absence de gestion de l'entretien
  - Bruits de fonds gênant
  - Mise en attente peu efficace
  - Information donnée à la demande seulement…
  - Manque de fluidité et absence de vente !…



Accueil Physique : Connaître ses clients

Selon le type de consommation, le client peut adopter un comportement différent :

❖ **Le client indifférent :**
Peu d'attention envers le personnel / lui donner ce qu'il demande

❖ **Le client guidé :**
Vient par le bouche à oreille / en attente, exigent et attentif

❖ **Le client connaisseur**
Son plaisir : analyser et juger / sensible à tout, fidèle s'il trouve satisfaction

❖ **Le client méfiant**
Peur de se faire avoir / être rassurant et ne pas vouloir trop vendre

❖ **Le client « sympa »**
Confiant et recherche une relation amicale / facile à conseiller mais ne jamais le tromper

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Accueil Physique : Faire bien dès la 1ère fois

Une règle d'or : *les 5 premières minutes de communication entre vous et le client vont conditionner l'ensemble de la prestation.*

❖ **DONC :**

Un sourire : « il ne coûte rien et peut apporter beaucoup… »

⬇

Une poignée de main franche

⬇

Un regard aimable et soutenu

⬇

Un ton de voix assuré et cordial

⬇

Et surtout… une tenue vestimentaire impeccable !

ACCUEIL ET EXPRESSION ORALE

SAVOIR ÊTRE

LE COEUR DE NOTRE MÉTIER

LE SOURIRE



- ✓ Un sourire désarme l'agressivité
- ✓ Il est le reflet du bien-être
- ✓ Il doit toujours être «accroché »
- ✓ Mais attention au rictus commercial
- ✓ Seul le naturel est apprécié

WWW.DZPEN.COM | قسم الدزاير



ACCUEIL ET EXPRESSION ORALE

SAVOIR ÊTRE

TROIS MOTS CLÉS

DISPONIBILITÉ - MAÎTRISE ET ÉCOUTE

- ✓ Être **DISPONIBLE** pour le client, c'est oublier ses humeurs et problèmes personnels et ne pas les faire partager
- ✓ Il faut aussi **MAÎTRISER SES RÉACTIONS** :
  - ✓ impressions personnelles / émotions (votre avis, point de vue)
  - ✓ attitudes instinctives / impulsions (votre côté nature)
  - ✓ tics de langage (surtout face au public)
- ✓ Il faut être à **l'ECOUTE** du client
  - ✓ être à l'écoute de ce que le client exprime et surtout de ce qu'il n'exprime pas (le non-dit)



ACCUEIL ET EXPRESSION ORALE

SAVOIR ÊTRE

TROIS QUALITÉS FONDAMENTALES

AMABILITÉ - COURTOISIE PRÉVENANCE

- ✓ **Répondre aux désirs des clients** en conseillant ou vendant
- ✓ Faire preuve **d'initiative** (anticiper les demandes)
- ✓ Faire preuve de **compréhension** (face à ses contraintes)
- ✓ Avoir de la **considération** pour le client :
  - ✓ Je vous remercie Monsieur, Madame !
  - ✓ Madame, Votre clef !
- ✓ Rester **spontané(e) et naturel(le)**
- ✓ **Respecter la "bulle intime"**

Mais attention, les manifestations de sympathie de vos clients, parfois familières, n'impliquent pas la réciproque de votre part !

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



ACCUEIL ET EXPRESSION ORALE

SAVOIR ÊTRE

LES RÈGLES D'OR À RETENIR

- **MAITRISER SES RÉACTIONS**
- **AVOIR TOUJOURS LE SOURIRE**
- **AVOIR DE L'EMPATHIE (se mettre à la place du client)**
- **ETRE POLI, COURTOIS, PRÉVENANT (respecter la bulle intime)**
- **PERSONNALISER SA PRESTATION**
- **S'ASSURER DE LA SATISFACTION DU CLIENT**
- **PROPOSER ET CONSEILLER**
- **TRAVAILLER EN EQUIPE**
- **ETONNER LE CLIENT PAR SA PRÉSENCE, SON EFFICACITÉ ET SON COMPORTEMENT**



L'ACCUEIL ET LA COMMUNICATION AU SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le **VISUEL** va conditionner le client de façon positive ou négative (tenues corporelles et vestimentaires irréprochables). C'est **le premier contact**.

L'AUDITIF, c'est la communication qui va vous permettre en parlant et en écoutant de **prendre le client en charge**.

L'ARTICULATION conditionne très fortement **la compréhension de l'interlocuteur**, et aussi, écouter l'autre sans l'interrompre permet d'apporter une réponse réfléchie et est une marque de respect.

Le **GESTUEL** va vous permettre **d'agir en fonction** de l'attitude, du ton et du vocabulaire **du client** (maîtriser ses postures et ses gestes).

Tout produit d'accueil et de vente est le point de rencontre de nombreuses personnes. Pour cela il doit être le plus agréable et le plus accueillant possible.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



Accueil et Expression Orale

« Aptitudes et Attitudes »

Comment agir en fonction de l'attitude, du ton et du vocabulaire du client ?

Disposition du Client	Attitude du Personnel
✶ IMPATIENT	✶ RAPIDE
✶ TIMIDE	✶ GENTIL
✶ SUSCEPTIBLE	✶ TACT
✶ BAVARD	✶ CONCIS
✶ BLESSANT	✶ MAITRE DE SOI
✶ TATILLON	✶ PRÉCIS
✶ IRRITABLE	✶ DOUX
✶ CURIEUX	✶ DÉTAILLÉ
✶ MARCHANDEUR	✶ CONVAINCANT
✶ CRITIQUE	✶ ASSURÉ



LE CADRE DE L'ACCUEIL

LE FOND : ASPECT PRATIQUE

➢ Un accueil réussi c'est aussi une bonne préparation de son outil de travail

✓ **PRISE DE POSTE :** ***prévoir 15 minutes de préparation***

- Passation des consignes ,
- Messages à transmettre (personnel et client)
- Anticipation de l'activité
- Prendre en compte la météo (porte-parapluie, tapis, serpillière…)
- Passer du côté client au moins deux fois dans la journée
- Gérer chaque ouverture (nettoyage, rangement)

✓ **OUTILS :**

- Matériel en marche (ordinateur prêt à la saisie…)
- Affichage à jour (pour vous et pour les clients)
- Information à portée de main (numéros de téléphone, prix…)
- Trousse de dépannage (kit couture, outils, papeterie…)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



LE CADRE DE LA RÉCEPTION

LA FORME : ASPECT PHYSIQUE

➢ **Une seule chance de donner tout de suite une bonne première impression de l'établissement :**

✓ **LE CADRE**

- **Affichages extérieurs : à jour, propres, éclairés …**
- **Des accès propres et dégagés : portes, sol, murs, vitres, rideaux, plafond (*on lève la tête !) …***
- **Hall d'accueil, odeurs, sièges, fond musical, personnel sans rapport avec la réception**
- **Le comptoir propre et ordonné : décoration florale, documentation accessible, cendriers propres, poubelles vidées, sanitaires communs…**

✓ **LE PERSONNEL**

- **Visuel : tenue vestimentaire irréprochable, maquillage propre et discret, chaussures cirées, bijoux discrets, mains et ongles propres, parfums légers, cheveux attachés…**
- **Gestuel : accueil du client debout, se tenir droit, geste précis et délicat**
- **Articulation : phrase simple et claire (sans ambiguïté, pas de 2nd degré)**



ACCUEIL PHYSIQUE

SAVOIR FAIRE

Les Règles d'or du savoir faire

Ce qu'il faut faire :

- **Contrôler régulièrement la propreté de la zone d'accueil : cendrier, sols, tables basses**
- **Aider le client qui arrive avec des bagages**
- **Accueil du client debout : arrivée et départ**
- **Prise en charge immédiate ou mise en attente aimable**
- **Formule de politesse ex : *bonjour Madame, bienvenue à …***
- **Service rapide et efficace : identification des besoins, facturation…**
- **Souci du stationnement du client**
- **Présenter les infrastructures et vendre les services annexes :**
- **Indication de l'accès au service**
- **Suivi de la satisfaction au départ**
- **Souhait d'un bon séjour avec une formule de prise de congé**

WWW.DZPEN.C قلم



ACCUEIL PHYSIQUE

SAVOIR FAIRE

Les Règles d'or du savoir faire

Ce qu'il ne faut pas faire :

- **Tourner le dos** à l'entrée de l'établissement
- Travailler la tête baissé sans **jamais lever les yeux**
- Quitter son poste et **laisser l'accueil vide**
- **Discuter bruyamment** et rigoler face aux clients
- **Continuer sa conversation** avec un collègue lorsqu'un client arrive
- Faire comme si on n'avait pas vu le client
- Répondre à son téléphone portable
- **Juger un client** : il n'y a pas de petit et gros clients
- **Faire partager vos états d'âme**, vos paniques
- **Se moucher** face au client
- **Manger, boire fumer à la réception**
- **S'avachir sur le comptoir**
- **Faire part des problèmes internes** aux clients
- **Manquer de discrétion** quant aux données personnelles des clients



Accueil Physique : Eléments non verbaux

Communiquer avec une autre personne ne se limite pas à échanger des paroles, notre attitude, nos gestes et notre présentation sont des éléments très importants.

❖ **La tenue vestimentaire : vêtements propres, repassés et adaptés = *reflet de l'image de l'établissement* (responsabilité de l'établissement)**

❖ **La tenue corporelle : cheveux bien taillés et coiffés, ongles propres, barbe rasée = *respect porté à l'autre* (responsabilité individuelle)**

❖ **L'attitude : s'appuyer sur les tables ou les murs ne sont pas des signes de dynamisme *(reflet de la motivation et partant de la compétence)***

❖ **Le sourire : on le répétera jamais assez *(reflet des conditions de travail)***

❖ **Les gestes : pas de gestes brusques, ils doivent soutenir la parole. Les bras ouverts sont un signe positif d'accueil *(maîtrise de l'entretien)***

❖ **Le regard : je vous ai vu et je m'occupe de vous accueillir dans les plus brefs délais, je suis avec vous *(l'attention portée à l'autre)***

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



Accueil Physique : Eléments verbaux

❖ **Le ton : à l'accueil, un ton chaud, rassurant et doux. Un ton assuré, convainquant avec un peu de passion pourquoi pas ?**

❖ **Le débit : vouloir aller vite ne veut pas dire parler vite. Un débit modéré (pas monotone) et bien articulé.**

❖ **Le vocabulaire : un vocabulaire simple, compréhensible par tous : les clients ne sont pas des professionnels.**

❖**Les mots à éviter :**

- **Les mots négatifs : non, je ne peux pas, impossible, oui mais…**
- **Les expressions désagréables : cela fait 10 ans que je fais ce métier, je ne vous permet pas de dire cela…**
- **Les diminutifs et superlatifs : un petit café, j'ai une super promotion sur…**
- **Les amalgames : un jour j'ai eu un problème alors maintenant je fonctionne comme cela…, les derniers clients n'ont pas été corrects…**



Accueil Physique : Les basiques

❖ **Les mots de bienvenue : « Bonjour Madame, Bonjour Monsieur » : Ne pas dire « Messieurs Dames bonjour » ou « Bonjour »**

❖ **Vérifier la réservation : le client doit avoir le sentiment qu'il est attendu**

❖**Accompagner ou guider : ne pas dire « Suivez moi » mais « Je vais vous conduire à .. » « je vais vous présenter la visite… »**

❖ **Proposer son aide pour les bagages ou informer des moyens à disposition (vestiaire, porte-parapluie… : on donne le ton de la prestation**

❖ **Présenter le produit, les points particuliers (horaires, sécurité…) et souhaiter un bon séjour, un bonne visite : vous êtes en charge**

❖**Donner les informations essentielles et se mettre à la disposition du client : « n'hésitez pas à passer à l'accueil si vous avez besoin de quelque chose »**

WWW.DZPEN.COM قلم



LA RÈGLE DES TROIS « 10 »

UN CLIENT JUGE UNE SITUATION :

- SUR LES 10 PREMIERS PAS QU'IL FAIT DANS VOTRE ÉTABLISSEMENT
- SUR LES 10 PREMIERS MOTS QUE VOUS DITES
- DANS LES 10 PREMIÈRES SECONDES SA 1ÈRE IMPRESSION EST FAITE

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

« Le reflet de votre image »

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



ACCUEIL INFORMATIF

- Tout ce que vous répétez à longueur de journée doit être écrit
- Mais les gens lisent peu : privilégier l'affichage « décalé » et illustré
- Penser aux enfants (hauteur)
- Aux personnes âgées (grosseur des lettres)
- Aux étrangers (traduction, explications)
- Visible de jour et de nuit



ACCUEIL INFORMATIF

- Affichage ponctuel : toujours à jour
- Faire vivre votre établissement (météo, thème du restaurant, activités proposés, idées d'excursions, marché du jour…
- Préférer un livret d'accueil, un guide de visite pour les informations permanentes
- Surveiller les comportements et adapter votre signalétique
- Toute demande répétitive indique un manque d'information du client
- Si une méthode d'information ne marche pas, en changer mais ne pas supprimer le message

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ACCUEIL MARKETING

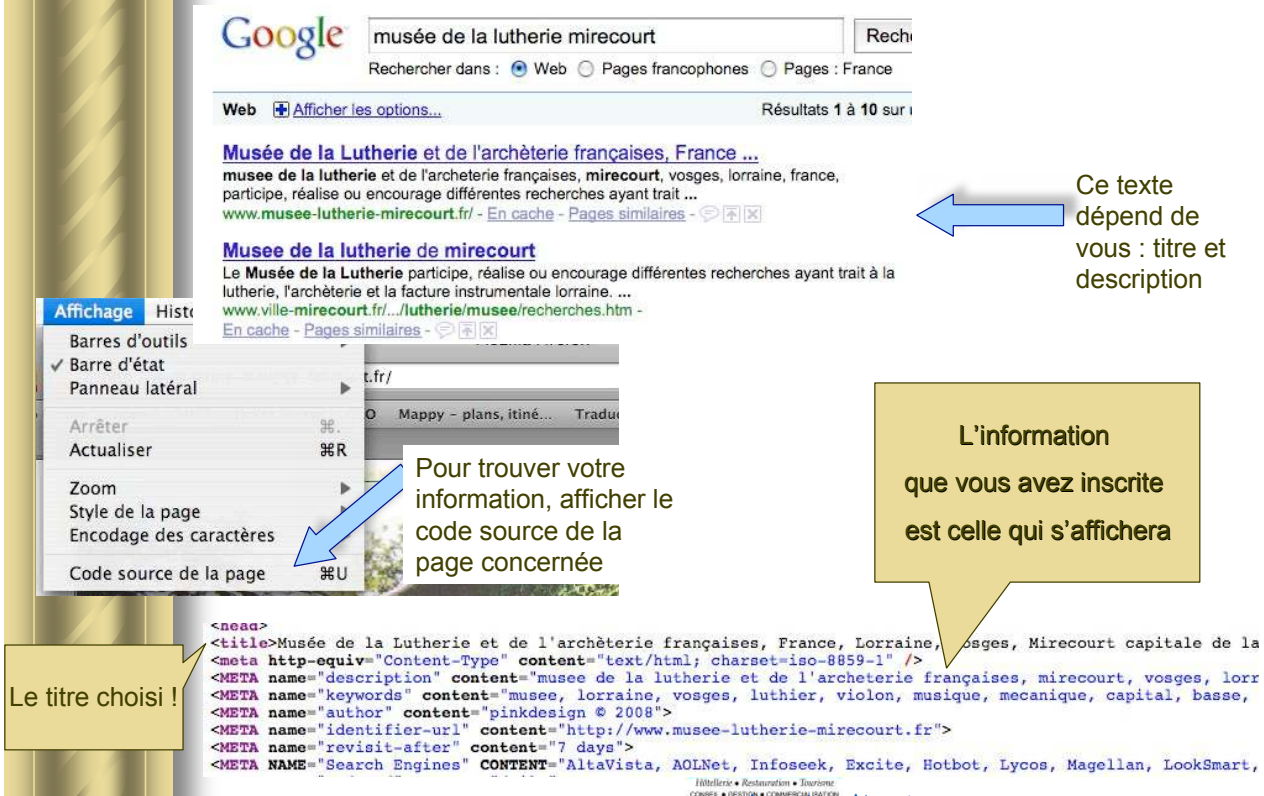
VOTRE SITE WEB

- Adresse pertinente et facile à retenir
- Information précise et détaillée
  - Importance de la 1ère page
- Téléphone, fax, adresse (info permanente)
- Présentation des résultats des moteurs de recherche (description / keywords)
- Instruction pour réserver, acheter…
- Traduction
- Photos de qualité
- Vidéo (amateur ou professionnelle)
- Liens utiles

VOS EMAILS

- Un mail = une lettre
- Présentation, orthographe
- Personnalisation (destinataire, signataire)
- Logo, couleur, photo
- Lien vers site web
- Pièces attachés (format pdf)

Site Web



WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

RÉSULTAT DU TEST EMAIL
Quels sont à votre avis les principaux défauts ?

- Absence de personnalisation (logo, nom du client, nom du signataire, adresse, téléphone, fax, formule de politesse…
- Mal présenté
- Information incomplète ou différente des sites web et documents
- Absence de pièces jointes ou de renvoi vers un site web
- Mauvaise adresse mail disponible sur le net ou absence de réponse

Bonjour Monsieur et Madame DELAGE,

Suite à votre demande vous trouverez ci joint les tarifs de nos chambres ainsi que la carte de notre restaurant, les différents menus proposés et un plan d'accès.
Nous restons à votre disposition pour tout complément d'information.
Courtoises salutations

Fanny - Service réservation

Nadia SAVONNIERE-Directrice
Hôtel Maison Carrée * * *
Premier Hôtel de Lorraine Ecolabel
12, rue du Bac, F-54 850 Méréville
Tél : +33.3.83.47.09.23
Fax : +33.3.83.47.90.75
Visit us at http://www.maisoncarree.com

-------Message original-------
De : E-Delage
Date : 27/01/2010 16:57:28
A : Hôtel Maison Carrée
Sujet : Demande d'information

EMAILS :
Où SONT LES PHOTOS ET LES PAYSAGES DE LORRAINE ?

Objet : Re: Demande d'information
Date : jeudi 28 janvier 2010 11:55
De : FROVILLE <prieure.froville@wanadoo.fr>
À : "Aubert B." <b-aubert74@orange.fr>
Conversation : Demande d'information

Monsieur,

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez au site de Froville. Nous pouvons vous proposer une visite guidées d'une heure ou plus selon vos attentes (église romane du XI°, cloître du XV° siècle, jardin pas très fleuri à Pâques cependant). Le montant s'élève à 2,5 euros par personnes pour les groupes supérieurs à 10 personnes.

Je vous scanne un document dans la journée que vous pourrez communiquer autour de vous.
Restant à votre entière disposition, sincères salutations, Valérie Godefroy.

Le 27 janv. 10 à 16:33, Aubert B. a écrit :

Objet : Re: Demande d'information
Date : jeudi 28 janvier 2010 9:22
De : CHATEL MEDIEVAL <chatel.medieval@wanadoo.fr>
À : "Aubert B." <b-aubert74@orange.fr>
Conversation : Demande d'information

Bonjour

Merci de votre message. Nous accueillons bien sûr les groupe de 20 à 25 personnes en visite guidée et nous vous adressons en pièce jointe notre dépliant qui vous indique un prix de 4 € par personne pour les groupes à partir de

vous recevoir,

Objet : re: Demande d'information
Date : mardi 2 février 2010 10:02
De : Henri MOUROT <henri.mourot@wanadoo.fr>
Répondre à : Henri MOUROT <henri.mourot@wanadoo.fr>
À : "Aubert B." <b-aubert74@orange.fr>
Conversation : Demande d'information

Bonjour Monsieur,
j'ai mis quelque temps avant de vous répondre et je vous prie de bien vouloir m'en excuser
je me présente : Madame Mourot Hôtesse d'Accueil au Musée Archéologique de Soulosse-sous-Saint-Elophe. Effectivement, nous accueillons des groupes et nous organisons des visites guidées, d'une part du musée et d'autre part de l'Eglise de Soulosse ainsi qu'un petit parcour sur les pas du premier Martyr céphalophore vosgien.
Nous pouvons même, comme pour les groupes scolaires vous prévoir un repas sur place (dans ce cas prévoir un délai de réservation). Pour de plus amples resengnements à ce sujet vous pouvez contacter notre Présidente de l'association de Conservation du Patrimoine, Madame Jocelyne Valentin dont je vous transmets l'adresse mel : elophine@wanadoo.fr
Le tarif de la visite est de 1euro 50, par personne pour les groupes. Quant au repas, si vous êtes intéressé, c'est à définir avec Mme Valentin. Si vous désirez d'autres informations, n'hésitez pas à nous recontacter soir par mel, soit au 03 29 06 97 94.
Je vous prie de recevoir, Monsieur mes sincères salutations.

Objet : demande d'informations
Date : jeudi 28 janvier 2010 15:52
De : publics lutherie Mirecourt <servicepublicsmusee@mirecourt.fr>
À : b-aubert74 <b-aubert74@orange.fr>
Conversation : demande d'informations

Monsieur,
Le musée de la Lutherie et de l'Archèterie Françaises vous accueillera avec plaisir en avril, pendant les fêtes de Pâques.
Nous accueillons toute l'année des groupes jusque 40 personnes, sur réservation auprès de l'office de tourisme de Mirecourt (T: 03.29.37.01.01)
La visite peut être libre ou guidée. Vous découvrirez alors l'histoire de la lutherie et de l'archèterie françaises, les grandes étapes de fabrication des instruments à cordes pincées et frottées, les modes de transmission de ces métiers et ...vous pourrez même jouer d'un instrument !
Nos tarifs sont les suivants: 2,20• par personne + 11,30• (par groupe) pour la visite guidée.
Nos horaires sont les suivants:
jusqu'au 30 avril, nous sommes ouvert tous les jours sauf mardi et dimanche matin de 10h à 12h et de 14h à 18h. Les jours fériés et les dimanches de 14h à 18h.
A partir du 2 mai et jusqu'au 30 septembre, nous sommes ouvert tous les jours sauf dimanche matin, de 10h à 12h et de 14h à 18h. Les jours fériés et les dimanches de 14h à 18h.
Vous pouvez consulter notre site internet pour plus d'informations:www.musee-lutherie-mirecourt.fr <http://www.musee-lutherie-mirecourt.fr/>
Nous somme sur le point de refaire nos plaquettes d'information. Dès leur réception, je ne manquerais pas de vous en envoyer .

Je reste à votre entière disposition pour tout renseignement complémentaire.
Recevez mes sincères salutations.

Emilie Vaquette
Chargée du Service des Publics
Musée de la Lutherie et de l'Archèterie Françaises
BP 189
88507 Mirecourt
T: 03.29.37.81.59
servicepublicsmusee@mirecourt.fr <mailto:servicepublicsmusee@mirecourt.fr>
visitez notre site internet: www.musee-lutherie-mirecourt.fr <http://www.musee-lutherie-mirecourt.fr/>

WWW.DZPEN.CO قلم الجزائر

METTEZ DE LA COULEUR DANS VOS MAILS
(poids de ce mail 43 ko)



Chère Madame, Cher Monsieur,

Nous serons heureux de vous accueillir à L'Hostellerie de Sion le 8 mai prochain.

Veuillez trouver ci-dessous nos tarifs pour une chambre simple :

- Chambre simple : 38 €
- Petit-déjeuner : 5.50 €
- Chambre simple en demi-pension comprenant : une nuit, un petit-déjeuner, un repas formule pension (entrée, plat, dessert), hors boisson soit le dîner, soit le déjeuner : 53.00 €

Pour de plus amples informations, nous vous invitons à vous connecter sur le site internet au b as de cette page ou de nous contacter par téléphone à votre convenance.

Votre réservations sera confirmée dès l'envoi de votre confirmation écrite ou de votre appel téléphonique nous informant de vos choix. **Les conditions générales de vente et d'annulation** sont jointes à cet envoi.

Vous en souhaitant bonne réception,

Cordialement,

ML Courtier, Responsable adjointe

Mr Arnaud Etienne Directeur

HOSTELLERIE DE SION
1, rue Notre Dame
54330 SAXON SION

Tél : 03 83 52 39 98
Fax : 03 83 52 62 95
Email : hostelleriedesion@gmail.com
Site web : http://www.sion.cg54.fr/Sion/DefautBureau.aspx?Onglet_ID=967



Chambres 2* -Rest- -nt - Service Traiteur - Banquets - Salles de réunion (50 à 1200 personnes)

ÉQUIPEZ VOUS DES OUTILS INDISPENSABLES

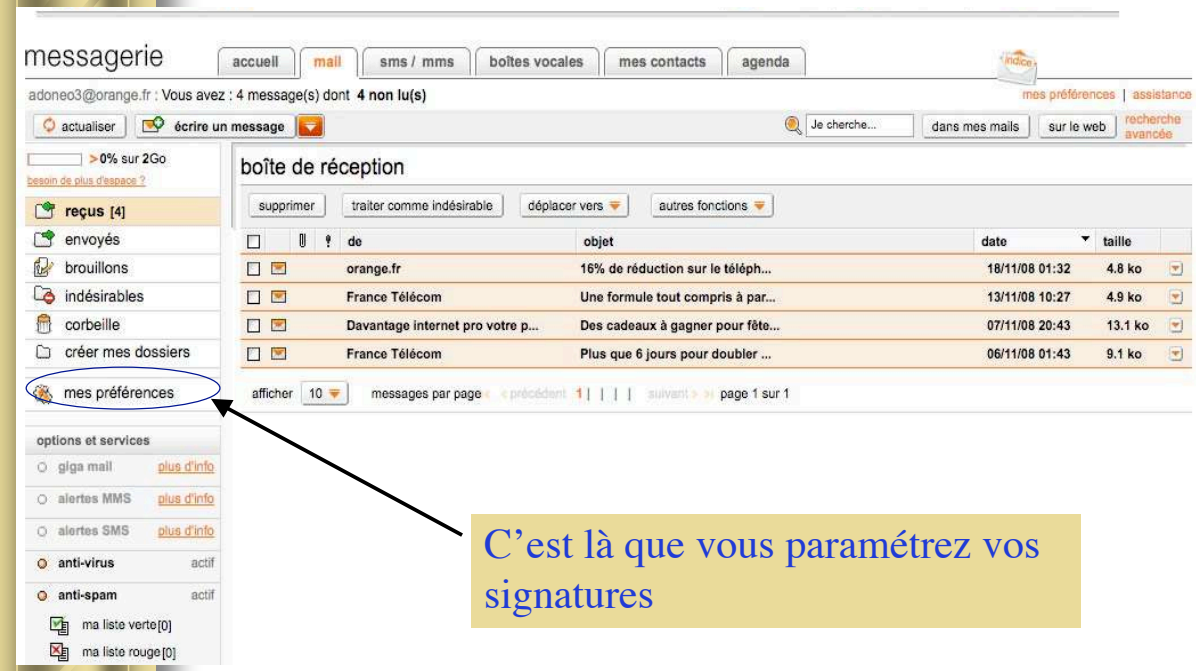
D'un logiciel spécifique

	Débutants	Confirmés	
Usage normal	Outlook Express	Eudora	
Usage poussé	FoxMail	Thunderbird	The Bat!l
Usage "fun"	IncrediMail	-	
Usage professionnel	Outlook	Pegasus Mail	

Sous Mac : Mail (gratuit) ou Entourage (Pack Office)

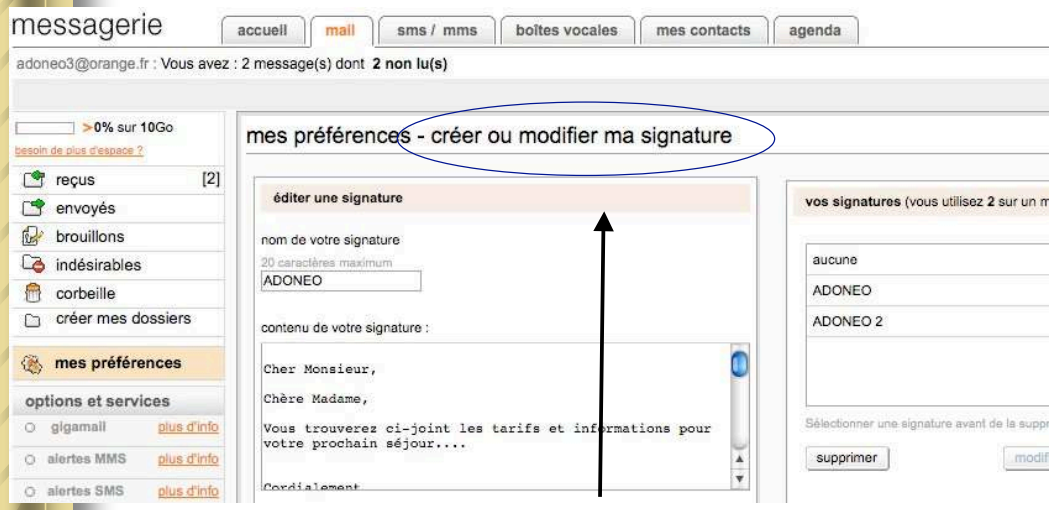
WWW.DZPEN.COM قسم الكمبيوتر

Modalités selon le logiciel utilisé



C'est là que vous paramétrez vos signatures

Modalités selon le logiciel utilisé

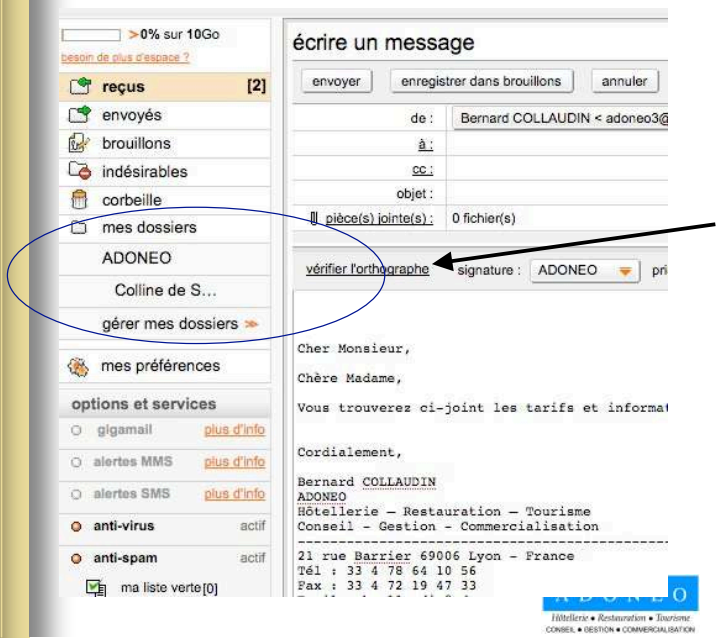


C'est là que vous créez vos signatures

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Modalités selon le logiciel utilisé

Exemple avec Orange



Et organisez vos dossiers

Outils pour répondre

- Préparer des modèles de réponses (Signatures)
- Préparer vos documents attachés
- Convertissez les en pdf
- Mettez de la couleur, des photos
- Réduisez la taille de vos photos pour le web (format .gif, environ 70 ko la photo)
- Penser à avoir tout cela en français et anglais
- Personnalisez vos envois
- Utiliser vos logos et en-têtes…

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

REPONDRE AVEC UNE P!ÈCE ATTACHÉE FORMAT PDF (avec un logo c'est mieux)

RESTAURANT LES PISSENLITS

25bis, 27 rue des Ponts 54000 NANCY
Tél : 03 83 37 43 97 Fax : 03 83 35 72 49
E.-Mail: reservation@les-pissenlits.com
Site Web: www.groupe-mengin.com



Un repas de famille, un repas d'entreprise ?
N'hésitez pas à demander

Nos propositions de menus pour banquets

A partir de 29,00 €, apéritif, vin et café compris.
Sur réservation, servis par tables entières de 10 à 100 personnes en salons particuliers climatisés.

Le choix des vins est effectué en fonction des coups de cœur de Danièle Mengin, Maître Sommelier de France et les mets élaborés par Jean-Luc MENGIN Maître cuisinier de France.



Prix nets en euros, toutes taxes comprises

Menu à 29,00 €, apéritif, 25 cl de vin et café compris

Feuilleté de fruits de mer en matelote
***
Filets de lingue au jus de bouillabaisse
***
Soufflé glacé au Grand Marnier

Menu à 30,00 €, apéritif, 25 cl de vin et café compris

Millefeuille de saumon au jus de crevette
***
Poularde à l'indienne, riz au curry
***
Parfait à l'amande amère et sa crème glacée

Menu Lorrain à 30,00 €, apéritif, 25 cl de vin et café compris

Potée Lorraine
***
Géromé chaud sur pommes de terre, chaude meurotte (crème et vinaigre chaud)
***
Nougat glacé à la Bergamote

Menu Lorrain à 35,00 €, apéritif, 30 cl de vin et café compris

Gelée de lapereau à l'estragon, quetsches au vinaigre
***
Matelote de filets de perche au Gris de Toul et nouilles fraîches
***
Géromé chaud sur pommes de terre, chaude meurotte (crème et vinaigre chaud)
***
Mousse à la mirabelle et son sorbet

Pour toute réservation, le nombre exact de personnes devra nous être confirmé 48 h à l'avance, c'est ce nombre qui servira de base à notre facturation

Le choix des vins sera effectué quelques jours avant, en fonction des coups de cœur de Danièle Mengin, Maître Sommelier de France.

Nous nous tenons à votre disposition pour de plus amples renseignements.
Possibilité de menus personnalisés à partir de 29,00 €, apéritif, 25 cl de vin et café compris
Prix nets en euros, toutes taxes comprises

CONSEIL • GESTION • COMMERCIALISATION

METTEZ VOS VIDEOS EN LIGNE SINON CE SONT LES CLIENTS QUI LE FERONT !

YouTube Broadcast Yourself™ France | Français

Inscription | Pense-bête (0) | Aide | Connexion

Accueil | Vidéos | Chaînes | Communauté | Rechercher | Envoyer une vidéo

D'jo Camping Du RUOU =)



aur3lla8
11 février 2009
(plus d'infos)
S'abonner

Le frangin en plein délire o Camping Du Ruou .. Pour devine Mister Camping :D .. Je t'aime mon Frère

URL
http://www.youtube.com/watch?v=2O6la2hCgzg

Intégrer une vidéo sur un site
<object width="425" height="344"><param name="movi

Note : ☆☆☆☆☆
0 avis

Vues : 42

Partager | Favoris | Playlists | Signaler

Skyrock | Facebook | MySpace | suite

Autres vidéos de : aur3lla8

Vidéos similaires



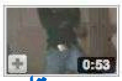
CLAUDE FRANCOIS - Le mal aime
211272 vues
jacjan66



Interview de Djo Balard Par www.zenga-mambu.com
11501 vues
culturek



delires episode 2 0001
38 vues
angevert974



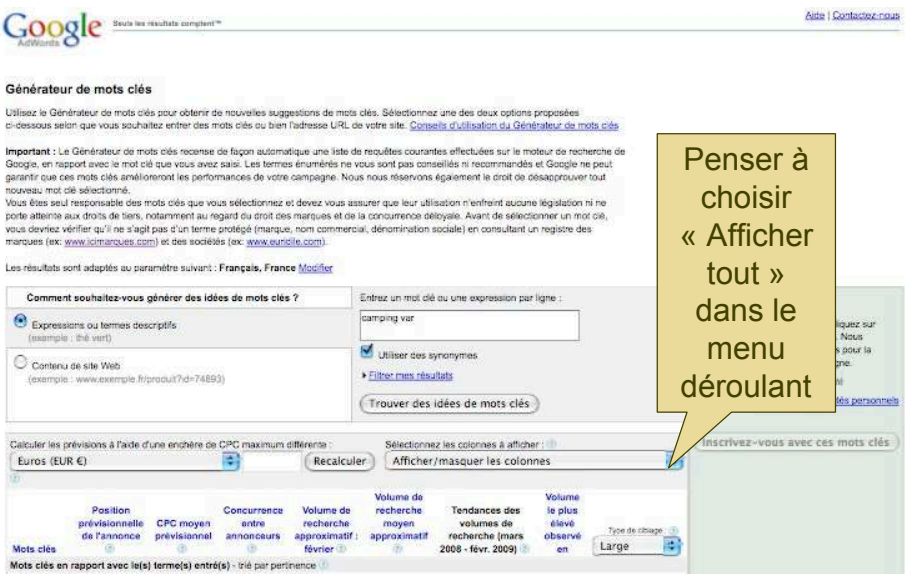
aide soignant ki delire sur le sOn de Dj-jeffs ...
641 vues
djjeffs242

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

UNE VIDEO, DE NOMBREUX LIENS !



COMMENT LES CLIENTS VOUS RECHERCHE : GOOGLE ADWORDS, UN OUTIL INTÉRESSANT !



WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



COMMENT LES CLIENTS VOUS CHERCHE VOUS DONNE UNE BONNE IDÉE DE LA FACON DONT ILS VOUS PERCOIVENT

Mots clés	Position prévisionnelle de l'annonce	CPC moyen prévisionnel	Concurrence entre annonceurs	Volume de recherche locale : octobre	Volume de recherche mensuel global	Tendances des volumes de recherche (nov. 2008 - oct. 2009)
Mots clés en rapport avec le(s) terme(s) entré(s) - trié par pertinence						
restaurant sion	1 - 3	€0,31		390	2 900	
restaurant a sion	1 - 3	€0,05		Données insuffisantes	110	Aucune donnée
restaurant mont sion	1 - 3	€0,05		Données insuffisantes	46	Aucune donnée

Texte tapé dans le moteur de recherche

Nombre de personnes faisant cette recherche en moyenne par mois

ADONEO
Hôtellerie • Restauration • Tourisme
CONSEIL • GESTION • COMMERCIALISATION



DES FORMULAIRES TYPE À L'IMAGE DE VOTRE ENTREPRISE POUR LES CORRESPONDANCES PAPIER

ADONEO
Hôtellerie Restauration Tourisme
CONSEIL - GESTION - COMMERCIALISATION

DATE : 25/11/2009
Nombre de pages (celle-ci comprise) :

De / From :	ADONEO	A / To Société :	Service
Tel :	(33) 4 78 64 10 56	Destinataire :	
Fax :	(33) 4 72 19 47 33	Fax :	
E-mail :	info@adoneo.com	CC	

Objet : INFORMATION

Bonjour

Bernard COLLAUDIN
DIRECTEUR

ADONEO – Siège Social : 21, rue Barrier 69006 Lyon
Tel : (33) 4 78 64 10 56 Fax : (33) 4 72 19 47 33
E-mail : lyon-office@adoneo.com

Ne pas oublier toutes vos coordonnées

ADONEO
Hôtellerie • Restauration • Tourisme
CONSEIL • GESTION • COMMERCIALISATION

Ref : Votre courrier du

Objet : Demande d'information

Lyon, le 25 novembre 2009

Bonjour,

Comme convenu, j'ai le plaisir de vous adresser ci-joint le document demandés…

Je reste à votre disposition pour toutes précisions que vous souhaiteriez obtenir concernant ce document.

Cordialement

Bernard COLLAUDIN

ADONEO SARL au capital de 30 489€ – Siège Social : 21, rue Barrier 69006 Lyon
Tel : (33 0) 4 78 64 10 56 - Fax : (33 0) 4 72 19 47 33 - E-mail : conseil@adoneo.com
SIRET : 402 853 022 00059 RCS LYON – APE 7022 Z

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر



QUESTIONS / RÉPONSES

Pour toute demande d'informations complémentaires, l'équipe d'ADONEO reste à votre entière disposition :

ADONEO
Hôtellerie • Restauration • Tourisme
CONSEIL • GESTION • COMMERCIALISATION

21 rue Barrier
69006 Lyon
Tél : 04 78 64 10 56 / Fax : 04 72 19 47 33
Email : conseil@adoneo.com

OBJECTIF QUALIT/ TOTALE

ADONEO
Hôtellerie • Restauration • Tourisme
CONSEIL • GESTION • COMMERCIALISATION

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر