

Dynamiser l'expérience client en réception

« Devenez l'ambassadeur de votre établissement pour mieux performer. »

Objectifs

Afin d'améliorer et de maintenir à son meilleur niveau la « perception du service », les professionnels en contact direct avec le client doivent être en mesure de mobiliser trois principes actifs de la relation client, à savoir :

- La compréhension du parcours client
- Le savoir-vivre professionnel
- L'excellence relationnelle / comportementale

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Aucun

Public concerné :

- Toutes les personnes en relation directe avec la clientèle

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : test d'entrée pour connaître le niveau du stagiaire
- En cours de formation : Evaluation d'interactions permanentes entre les participants et le formateur. Questions / Réponses tout au long de la formation
- En fin de formation : Passage de la certification (en sus)

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

L'expérience au service du luxe

Introduction

- Définition de l'expérience clients
- Les enjeux autour de l'expérience clients
- Le rôle des émotions

Le parcours client : fluidité, personnalisation et cohérence

- La réservation
- Le check in
- In stay (courtesy call, demandes de conciergerie, etc...)
- Le petit-déjeuner
- Le check out

La satisfaction et le suivi des clients

Excellence attitude : les codes du savoir-vivre

Connaître les codes du luxe

- L'apparence physique (homme / femme : tenue, ongles, cheveux, maquillage, rasage, etc...)

Communiquer avec authenticité

- Le langage verbal (mots, expressions, etc...)
- Le langage para verbal (ton, vitesse, son de la voix ...)
- Le langage non-verbal (les 5 canaux, posture, visage, bras, mains, tête, distance)
- La congruence

Parler luxe : les codes du savoir dire

- L'excellence : un équilibre du savoir-dire
- Savoir-dire de l'étiquette téléphonique
- Savoir-dire de la correspondance
- L'art du mail

Accueillir les clientèles étrangères et s'adapter aux différences culturelles

- Définition de l'interculturalité
- Les 8 facteurs de différenciation
- Zoom sur les clientèles internationales : profil, mode de réservation, particularités culturelles, accueil ...

Méthodologie

- Apport théorique
- PNL
- Mises en situation
- Design Thinking