

Dynamiser et optimiser le parcours client en réception

Objectifs

- Comprendre l'environnement du luxe pour mieux s'adapter
- Comprendre les fondamentaux de l'expérience client
- Maîtriser les étapes online et offline du parcours clients et identifier les potentiels points de douleur
- Acquérir les méthodes et outils utiles pour mieux conquérir, fidéliser et satisfaire les clients

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.

Programme

Comprendre l'environnement du luxe pour mieux s'adapter

Définition et attributs du luxe

Les 10 e du marketing luxpérentiel

Les besoins et attentes de la clientèle luxe

Le vécu de la clientèle luxe

Les 4 dimensions du luxe

La posture d'ambassadeur

L'organisation des services dans un établissement haut de gamme

S'initier à la notion d'expérience clients

Définition, étapes, canaux et enjeux (multicanaux (on et off line), complexité des clients, concurrence, technologie = amélioration continue)

Bottom-up approach (partir des attentes de nos clients)

Maîtriser le parcours client « Luxe »

Connaitre les étapes/processus du parcours

- Inspiration
- Recherche (mots clés du luxe tapés dans moteur de recherche)
- Comparaison
- Réservation (Mail, téléphone, proposition, confirmation)
- Pré-séjour
- Séjour : préparation, check in en 8 étapes, escort, suivi, check out en 7 étapes)
- Post-séjour
- Retour

Répondre aux situations de handicap et spécificités de la clientèle

Comprendre le rôle fondamental du cardex dans la relation client

Appréhender les fondamentaux de la protection des données et de la loi RGPD



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.

Porter son attention sur la satisfaction et le suivi du client

Connaître les fondamentaux de la e-réputation : « des infos gravées dans le temps »

- Définition de la e-réputation
- Les enjeux de la e-réputation (avant, pendant, après le séjour : visibilité, contacts clients ...)
- Les principaux vecteurs de l'é-réputation (site d'avis, réseaux sociaux, OTAs, moteurs de recherche)
- Les acteurs qui influencent votre e-réputation (entreprise, clients, employés, concurrents, influenceurs ...)

Gérer sa e-réputation

- Travailler votre image en interne
- Impliquer vos collaborateurs
- Supprimer les avis très négatifs (Articles : peut-on tout dire sur le web)
- Solliciter des avis positifs : Les techniques pour obtenir plus de commentaires clients
lo Informer mes clients des sites sur lesquels je suis présent / Comment demander de manière professionnelle à un client de laisser un commentaire / Utiliser des bons outils de communication : carte de C/O ; stickers, écriteau en chambre / Utiliser les cartes de visites / Envoyer un email de remerciement personnalisé / Soigner votre email de post stay)
- Répondre à un mauvais commentaire de manière courtoise

Développer la qualité de service dans une démarche d'amélioration continue – Atelier de Design Thinking

Méthodologie

Apport théorique
Mises en situation
Mises en situation de travail,
Design Thinking