

Thématique : **Hôtellerie**

Auteur : **Frédérique PAUGAM** (France)

ACCUEILLIR UN CLIENT/PRENDRE UNE RÉSERVATION/PRENDRE CONGÉ

Public : Réceptionnistes d'hôtel / Apprenants en hôtellerie

Niveau CECR : A2/B1

Durée : 4-5 heures

Tâche à réaliser : Accueillir un client, prendre/confirmer/modifier/annuler une réservation, expliquer une facture, prendre congé

1. L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

1. L' « accueil »

Qu'est-ce que le mot « accueil » vous évoque ?

2. Mots et formulations positifs

Le téléphone est le premier contact établi entre le client et l'hôtel, d'où la nécessité d'être efficace dès ce premier échange.

Un accueil téléphonique réussi est un accueil qui valorise le client : le réceptionniste doit donc employer des mots et formulations « positifs ».

a) Après avoir pris connaissance des situations proposées dans le tableau ci-dessous, entourez la réponse « à dire ».

SITUATION	À dire?	À dire?
Pour prendre une communication extérieure	Hôtel Les flots bleus, Karine Bonjour !	Allô !
Pour mettre un client en attente	Ne coupez pas !	Veuillez ne pas quitter.
Pour connaître l'identité d'un correspondant	De la part de qui ?	Vous êtes Madame/Monsieur ?
Pour passer un client en chambre	Je vous passe Monsieur X.	Je vous mets en communication avec Monsieur ou Madame X.
Le correspondant demandé est absent	Monsieur X n'est pas présent à l'hôtel pour l'instant.	Monsieur X n'est pas là.
Pour prendre un message	Qu'est-ce que je dois dire ?	Souhaitez-vous lui laisser un message ?
Pour prendre une réservation	Veuillez ne pas quitter, je consulte	Ne quittez pas, je vais voir.

b) Trouvez des formules positives pour les énoncés suivants.

1. C'est pour quoi ? →
2. C'est impossible. →
3. Ce n'est pas moi qui décide ! →
4. On n'a pas pu vous dire cela ! →

(d'après *Secrétaires « pro »/Éditions d'Organisation*)

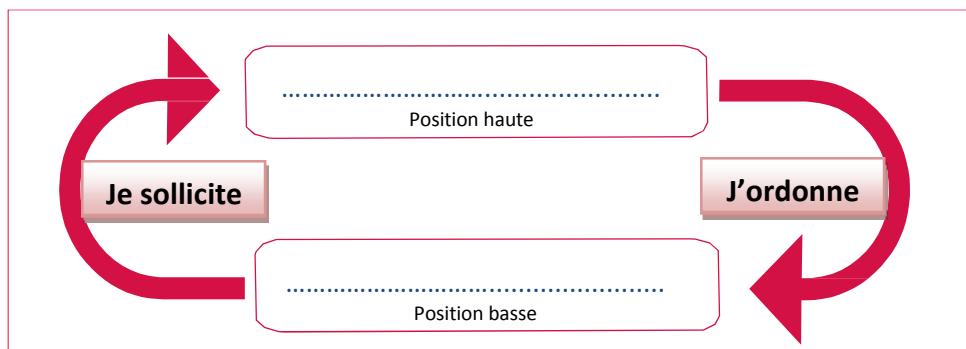
3. Le registre de langue

a) Les interlocuteurs

Nos interlocuteurs conditionnent notre manière de nous exprimer.

Observez ce schéma et complétez les cases avec les interlocuteurs suivants :

« Touristes et clients » - « Employés, agents, guides ».



b) Le vouvoiement et le tutoiement

Voici des phrases régulièrement utilisées à la réception d'un hôtel.

Lisez-les puis remplacez « vous » par « tu ». Que ressentez-vous ?

- Excusez-moi, vous pouvez répéter, s'il vous plaît ?
→
- Que puis-je faire pour vous ?
→
- Je vous souhaite une bonne nuit.
→

4. En situation

Vous allez simuler un jeu de rôles pour vous entraîner à vous adresser à différents interlocuteurs au téléphone dans le cadre d'une situation conflictuelle.

Voici la situation : un client téléphone à la réception pour se plaindre d'un problème dans sa chambre : le ménage n'a pas été fait !

Dans un premier temps, vous faites votre possible pour le calmer puis vous téléphonez à la chef gouvernante pour résoudre cette situation problématique.

2. LA RÉSERVATION AU TÉLÉPHONE

1. La fiche de réservation

L'accueil téléphonique se doit d'être courtois (cf 1. L'accueil téléphonique), mais aussi et surtout *efficace* : dans 90% des cas, le client appelle pour réserver une chambre ! Le réceptionniste suit alors une procédure préétablie. Il a comme aide-mémoire : *une fiche de réservation*.

Date d'arrivée		Date de départ		Nbre Pax	Nom client		Catégorie #					N°#
							Solo	GL	GL CF	Twin	Conf	
F	NF	Société			Connait l'hôtel		PLAN D'ACCES					
							Fax		Courrier		Net	
		N° carte fidélité			OUI							
					NON							
Heure Arrivée		Info veilleur		CONFIRMATION								
		Oui	Non	Fax	Courrier	Mail	CF 19h	N° CB :				
								Date expiration :				
Prix # :				R G L T D I N - E R	Sur place		REFORMULER					
					Voucher		OBSERVATIONS					
Services annoncés					PEC							
Prix pdj :					Soirée étape							
Buffet annoncé				Plateau repas								
Arrhes :				Restaurant à proximité								

a) Composition d'une fiche de réservation

Observez cette fiche qui permet au réceptionniste d'hôtel d'effectuer, sans oublis, la réservation du client. Relevez les informations qui lui sont nécessaires.

b) Questions à poser à partir d'une fiche de réservation

À l'aide des mots interrogatifs suivants, préparez les questions du réceptionniste au client : quand, quel (jour), quelle (heure), combien, où, comment.

c) L'interrogation indirecte à l'oral

Le réceptionniste n'a-t-il rien oublié ? Le directeur interroge le réceptionniste.
Aidez-le à finir ses phrases en utilisant l'interrogation indirecte.

Le directeur : *Avez-vous demandé au client...*

• vouloir une chambre fumeur ou non-fumeur	→
• avoir une carte de fidélité	→
• souhaiter un plateau repas	→
• payer lui-même ou avoir une prise en charge de sa société	→
• connaître la situation de l'hôtel	→

Entraînez-vous avec votre voisin : chacun joue un rôle, le directeur pose les questions de l'activité précédente au réceptionniste et le réceptionniste y répond.

Exemple :

- Directeur : « Avez-vous demandé au client s'il avait une carte de fidélité ? »
- Réceptionniste : « Oui, je le lui ai demandé. »

2. Une réservation au téléphone

En binômes, vous allez imaginer et jouer la situation suivante :

Vous êtes réceptionniste à l'Hôtel *Les Flots bleus* de Brest. Monsieur Gouriou vous appelle pour réserver une chambre du 10 au 12 février pour deux personnes : grand lit, vue mer. Il confirme par courriel.

3. LA CONFIRMATION/ MODIFICATION/ ANNULATION D'UNE RÉSERVATION PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE.

1. Comprendre et rédiger un mail de confirmation, de modification ou d'annulation d'une réservation.

Réserver une chambre au téléphone constitue une première étape. Le client devra ensuite confirmer, modifier ou annuler cette réservation par mail. Le réceptionniste doit être capable de comprendre et de répondre (selon les règles) à ces courriers. Ces échanges écrits participent eux aussi à la qualité de l'accueil.

Voici quelques formules types qui vous aideront dans la rédaction et la compréhension de vos écrits.

 Formules types pour écrire un courriel...	
CONFIRMATION (réceptionniste) - Nous vous avons réservé pour la période du ... au - Nous avons le plaisir de vous confirmer les réservations suivantes - Pour faire suite à votre mail, nous vous confirmons la réservation suivante	ANNULATION (client) - Pour faire suite à notre conversation de ce jour, je vous remercie d'annuler la réservation de Monsieur Nasser - Nous vous prions de bien vouloir annuler la réservation suivante
MODIFICATION (client) - Comme indiqué ce matin à la réception, je souhaiterais modifier ma réservation de cette semaine : ajout de la nuit du vendredi 5 - Je voudrais modifier la réservation de Madame Varaine. Elle sera à l'hôtel du lundi 8 au lundi 15 avril - Merci de prendre en compte la modification suivante pour la réservation 83211 : Monsieur Mosa partira le 23 avril au matin et non le 27 avril	FORMULES DE POLITESSE (réceptionniste) - Nous restons à votre disposition pour tous renseignements complémentaires - Nous vous prions de croire à nos sentiments les meilleurs - Excellente fin de journée - Vous en souhaitant bonne réception - Nous vous remercions d'avoir choisi l'hôtel <i>Les flots bleus</i>, et vous souhaitons un agréable séjour - Cordialement - Merci beaucoup, bonne journée ! - Sincères salutations

a) La confirmation d'une réservation.

Revenez à la séance précédente et lisez la confirmation de réservation que Monsieur Gouriou adresse à la réception de l'hôtel.

De: jean_gouriou@free.fr À : lesflotsbleus@wanadoo.fr	jeudi 8 janvier 2015 11:40
Objet : Confirmation réservation	
Madame, Pour faire suite à notre conversation téléphonique de ce jour, je vous confirme la réservation d'une chambre pour deux personnes, grand lit, vue mer pour les nuits des 10 et 11 février prochain. Cordialement, Jean Gouriou	

b) L'accusé de réception

À votre tour, en tant que réceptionniste de l'hôtel Les flots bleus, vous accusez réception du courriel de Monsieur Gouriou et lui adressez la confirmation de sa réservation.

De: lesflotsbleus@wanadoo.fr À : jean_gouriou@free.fr	jeudi 8 janvier 2015 11:50
Objet : Re: Confirmation réservation	
..... 	

2. Rédiger un mail : accusé de réception d'annulation

L'accusé de réception d'une annulation

Monsieur Gouriou vient d'annuler sa réservation de chambre !

Vous accusez réception de cette annulation.

De : lesflotsbleus@wanadoo.fr		jeudi 21 janvier 2015 10:30	
À : jean_gouriou@free.fr			
Objet :			

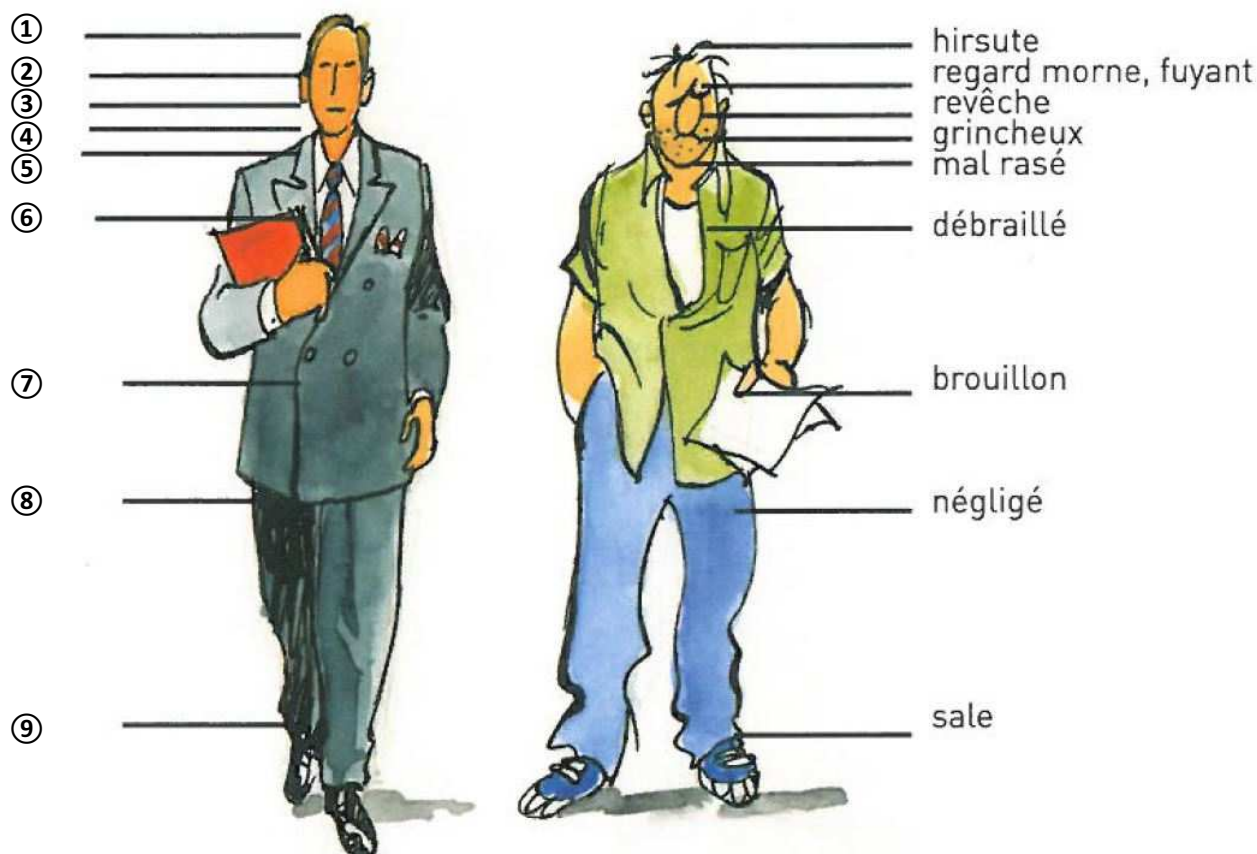
4. LE CLIENT ARRIVE !

3. Une présentation physique adaptée

Nous avons vu que les mots et formulations utilisés par le personnel de l'hôtel doivent être soigneusement choisis. L'objet de cette activité, la présentation physique, s'inscrit dans une approche interculturelle, et complète cette image positive que se doivent de donner les employés.

a) Une présentation adaptée

Regardez le dessin ci-contre et arrêtez-vous sur les mots qui vous sont proposés : ils caractérisent une présentation inadaptée, négative. Cherchez maintenant leurs opposés, afin d'obtenir la présentation adéquate, souhaitable...



①	⑥
②	⑦
③	⑧
④	⑨
⑤	

b) Une tenue vestimentaire appropriée

Vous devez conseiller un homme puis une femme sur leurs tenues vestimentaires. Ils travaillent tous les deux au contact des clients, à la réception de l'hôtel.

Listez les vêtements qu'ils devront porter, précisez les formes, les couleurs...

FEMME	HOMME
■	■
■	■
■	■
■	■
■	■
■	■
■	■
■	■
■	■

4. Le sourire

Grâce à un poème de Raoul Follereau, découvrez l'importance du sourire.

Complétez le texte à l'aide de ces mots :

enrichit – éternel – repos – appauvrir – s'en passer – généreux – besoin – courage

Un sourire ne coûte rien...

Un sourire ne coûte rien et produit beaucoup,

Il **1** celui qui le reçoit sans **2** celui qui le donne,

Il ne dure qu'un instant, mais son souvenir est parfois **3** ,

Personne n'est assez riche pour **4** ,

Personne n'est assez pauvre pour ne pas le donner,

Il est le signe sensible de l'amitié.

Un sourire donne du **5** à l'être fatigué,

et rend du **6** au plus découragé.

Et si quelquefois, vous rencontrez quelqu'un qui ne sait plus sourire,

Soyez **7** donnez-lui le vôtre,

Car nul n'a autant **8** d'un sourire

Que celui qui ne peut en donner aux autres.

R. Follereau

5. La voix

a) Des virelangues pour travailler la diction.

Entraînez-vous à prononcer les phrases suivantes en vous appliquant.

- Papa boit dans les pins. Papa peint dans les bois. Dans les bois, papa boit et peint.
- Dis donc, ton thé t'a-t-il ôté ta toux ?
- Un chasseur sachant chasser doit savoir chasser sans son chien.
- Un sage garde-chasse doit chasser tous les chats qui chassent dans sa chasse.
- Le fisc fixe exprès chaque taxe fixe excessive exclusivement au luxe ou à l'exquis...

b) Entraînement à la modulation de la voix

Reprenez les situations du tableau « à dire » (1. L'accueil téléphonique) et répondez à votre client d'une voix forte puis sourde, d'une voix sèche puis douce. Qu'en pensez-vous ?

6. Le regard

En France, le regard a une importance capitale. Il doit être franc quand on s'adresse à quelqu'un et panoramique quand on parle devant une assemblée. Entraînez-vous à les pratiquer !

a) Le regard franc

Entraînez-vous à regarder régulièrement le client dans les yeux lorsque vous lui parlez. C'est un signe de franchise. (Attention à trouver le « juste milieu » : un regard soutenu est un signe d'agressivité).



Deux par deux, l'un en face de l'autre, puis devant toute la classe, jouez le dialogue ci-dessous (pensez en priorité pour cet exercice à votre regard, mais aussi à votre voix et à votre sourire).

Réceptionniste : *Bonjour, Monsieur.*

Client : *Bonjour, je voudrais une chambre pour une personne.*

Réceptionniste : *Bien sûr, combien de nuits souhaitez-vous passer chez nous ?*

Client : *Trois nuits. Avez-vous une chambre sur la cour ? Je ne voudrais pas être dérangé par la circulation.*

Réceptionniste : *Oui, j'ai une belle chambre au deuxième, avec un grand lit et bain. Cela vous convient-il ?*

Client : *C'est parfait. Elle est à quel prix ?*

Réceptionniste : *80 euros, le petit déjeuner compris !*

Client : *C'est d'accord. Pouvez-vous vous occuper de mes bagages ?*

Réceptionniste : *Tout de suite, Monsieur...*

b) Le regard panoramique

Reprenez le poème « *Un sourire ne coûte rien...* » et lisez-le à voix haute devant toute la classe. Attention : regardez bien l'ensemble des étudiants ! Le regard panoramique montre le partage... preuve d'ouverture et de disponibilité.

7. Les mimiques

Le sourire, la voix, le regard trahissent nos émotions. Il est important que nos mimiques (nos expressions spontanées) soient en accord avec notre discours. En cas contraire, le client ne se sentira pas le bienvenu !

Placez-vous face à un autre étudiant et exprimez (sans parler) les émotions suivantes :

satisfait – ouvert – intéressé – offensé – fermé – dubitatif

(d'après Les clés de l'accueil/Le génie des glaciers éditeur)

5. LE CLIENT VOUS SOLLICITE !

8. Les clients sont tous différents

a) Les profils de clients

Vos clients sont donc tous différents, mais ce sont tous vos clients !

Pour optimiser la qualité de votre accueil, vous devez les reconnaître et vous adapter.

Lisez le document « Les différents types de clientèle » et complétez le tableau (mettez une croix pour chaque affirmation vraie).

	Clientèle D'AFFAIRES	Clientèle FAMILIALE	Clientèle ÉTRANGÈRE
Aime être reconnue			
Le service doit être rapide			
La qualité du sommeil est primordiale			
Discute les prix			
Recherche un bon rapport qualité/prix			
La facture doit être extrêmement claire			
Accueil et disponibilité du personnel sont essentiels			
Qualité de la restauration			
La propreté est une priorité			
Traduction indispensable			

b) Mise en situation

Jeu de rôles « cartes en main » : préparez en groupes un personnage client, avec toutes ses caractéristiques. Précisez ses souhaits. Recevez ce client à la réception.

Exemple de personnage-client :

- Monsieur Martin, 40 ans, en voyage avec sa femme et son fils de 8 ans.
- Il souhaite rester à l'hôtel pendant 2 nuits ; il désire un lit d'appoint pour son fils ; il prendra ses petits déjeuners à l'hôtel, ainsi qu'un menu étape...
- Se renseigne sur les lieux touristiques de la ville.
- Sa femme a besoin d'un sèche-cheveux et s'inquiète à propos de la climatisation.

9. Le client prend congé

a) La facture

Au moment du départ du client, le réceptionniste doit lui présenter sa facture avec tact et efficacité. Cette facture doit être juste, détaillée, normée et imprimée.

Le réceptionniste doit reformuler spontanément les différents éléments de la note. C'est aussi de la qualité de ce dernier échange que dépendra une future réservation.



**Vous êtes chargé de remettre à votre client la facture ci-dessous.
Reformulez et expliquez-lui les différents éléments qui la constituent.**

HOTEL Les flots bleus BREST
87 RUE DE SIAM
29200 BREST
Tel : 0298435858 Fax : 0298435801
e-mail : Lesflotsbleus@wanadoo.fr
S.A SEHF au capital de 52 000 eur
Entreprise indépendante membre d'un réseau de franchise

N/ref: 7781000000 0223452

Date: 14.09...

Séjour: Mme X / CHB 229
DU 12.09.2006 AU 16.09.2006

Date	Prestation	Qte	P.U H.T	Total H.T	Tva	P.U TTC	Total TTC
120906	TAXE DE SEJOUR	1	0.76	0.76	A	0.76	0.76
120906	CHAMBRE	1	45.50	45.50	B	48.00	48.00
120906	P-DEJEUNER	1	6.27	6.27	C	7.50	7.50
130906	TAXE DE SEJOUR	1	0.76	0.76	A	0.76	0.76
130906	CHAMBRE	1	45.50	45.50	B	48.00	48.00
130906	P-DEJEUNER	1	6.27	6.27	C	7.50	7.50
140906	ETAPE TRADITION 1	1	61.63	61.63	BC	67.00	67.00
140906	TAXE SEJOUR	1	0.76	0.76	A	0.76	0.76

SOUS TOTAL 180.28
TOTAL COM (0%)
TOTAL TVA 13.13
TOTAL SCE 0.00
TOTAL NET A PAYER 180.28
Délai de paiement au 14/09/06

Cod	TAUX	BASE HT	MT TVA
A	EXON	2.28	0.00
B	5.50	136.03	7.48
C	19.60	18.84	65

DOMICILIATION BANQUAIRE
BNP PARIS MAIN MONT.
Compte: 00010090969
SEHF SARL
Bq: 30004 Guich: 00810 Rib: 46

PAGE : 1

b) Les formules de congé

Le client vient de régler sa note. Il doit partir sur une bonne impression : les dernières paroles sont capitales !

Voici quelques formulations en désordre à utiliser lors du départ de votre client. Réécrivez-les !

- vous avez un séjour passé J'espère vous agréable que
→
- s'occuper va L'employé de vos bagages
→
- des amis Voici et un dépliant vous-même notre carte ou pour
→
- chez nous Nous accueillir de nouveau espérons vous.
→
- vous que je un Voulez-vous taxi appelle ?
→
- souhaite un voyage vous Je excellent
→

c) La prise de congé : les réflexes à avoir

Relisez les informations que vous venez de découvrir. Essayez de retrouver à partir de ces phrases les bons réflexes que vous devez acquérir lors du départ de votre client.

d) Jeu de rôles

Retrouvez votre *personnage-client*, Monsieur Martin.

Il est à la réception et quitte l'hôtel ce matin...

Prenez congé, comme vous venez de l'apprendre. ..

Bravo ! Il sourit et paraît très satisfait.
Vous vous êtes comporté en vrai professionnel.
Vous êtes prêt à recevoir votre prochain client !



LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTÈLE

*Vos clients sont tous différents, mais ce sont vos clients !
Et pour optimiser la qualité de votre accueil, sachez les reconnaître et vous adapter.*

1. La clientèle d'affaires

C'est une clientèle très attentive

- à la reconnaissance (se rappeler leurs noms, leurs habitudes)
- à la rapidité des services (éviter les attentes à l'arrivée, au départ ou pendant les repas)
- au confort du sommeil (excellente literie, hôtel calme, température agréable de la chambre) et qui aime se sentir « comme chez elle »

Votre mission consiste à avoir une prestation très régulière avec cette clientèle, pour la rassurer et la stabiliser.

C'est aussi une clientèle qui négocie de plus en plus les tarifs ; veillez donc à fixer rapidement des limites. Les conditions que vous appliquerez un jour à une personne, risquent de devenir une habitude pour beaucoup. Justifiez vos tarifs par la qualité de vos prestations et leur régularité.

2. La clientèle familiale

C'est une clientèle qui a un budget limité, qui souvent a économisé et planifié ses dépenses, et qui a donc un comportement plus intransigeant, par rapport aux prestations, que la clientèle d'affaires.

Ce qui signifie que c'est une clientèle qui n'hésite pas à se plaindre, à faire des remarques, ou qui, même si elle ne s'exprime pas, répercute immédiatement son appréciation sur la durée de son séjour et sur son éventuelle fidélité à votre établissement.

C'est une clientèle très attentive

- à la qualité des prestations (avec un bon rapport qualité/prix)
- aux tarifs et à une facture « sans surprise »
- à l'accueil et à la disponibilité de l'équipe
- à la reconnaissance et qui aime que l'on fasse le maximum pour qu'elle se sente « comme chez elle »

Votre mission consiste à avoir une prestation simple, mais irréprochable à tout moment, pour mériter sa confiance et donner de la valeur à ses moments de loisirs

3. La clientèle étrangère

La clientèle étrangère est généralement une clientèle « sympathique » : un étranger qui aime notre pays, c'est toujours flatteur. C'est une clientèle qui se rapproche du comportement de la clientèle familiale, sauf que, pour elle, l'importance de l'accueil passe par une compréhension mutuelle!

C'est donc une clientèle très attentive

- au dépaysement et au charme traditionnel de la France
- à la qualité de la restauration
- à la propreté
- à l'accueil et à la disponibilité de l'équipe
- aux efforts faits pour la comprendre (pensez à traduire les menus, à connaître les traductions des ardoises et à commander des journaux étrangers pendant les périodes estivales)
- à une facturation « sans surprise » (attention notamment à la facturation du téléphone)

Votre mission consiste à avoir une prestation de qualité conforme à l'image de la France (qualité de la restauration) en faisant de réels efforts pour faciliter la communication avec ces clients et ainsi les sécuriser (équipe capable de s'exprimer en plusieurs langues, ou en trouvant des palliatifs tels que : documents bien traduits, dictionnaires à disposition, etc.)