

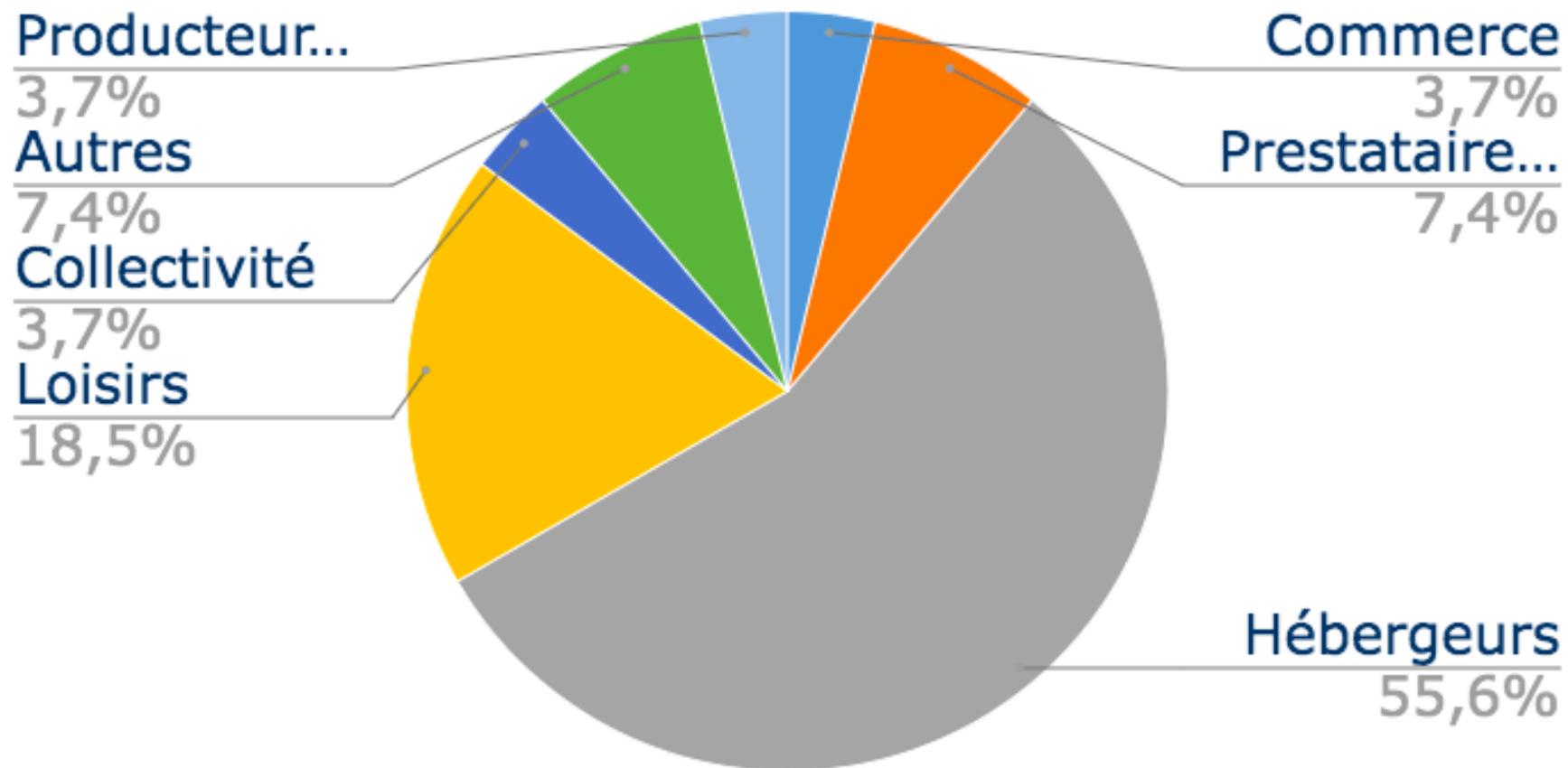
4^{èmes} Rencontres *des* Acteurs *du* Tourisme

*Ensemble,
adaptions nos offres
vers le tourisme de demain*

Mardi 26 novembre 2024



Audience



L'art d'accueillir et enchanter son client

Présentation

(nom - bulot - ville - coup de coeur)

Objectifs de l'atelier

- **Identifier et analyser les besoins et attentes** des clients à chaque étape de leur parcours, en utilisant des techniques d'écoute active et d'observation, afin de personnaliser l'accueil et l'expérience client dans son établissement.
- **Découvrir et appliquer des techniques d'accueil client**, en distinguant les actions relevant de chaque cercle de qualité (de base, attendu, inespéré), afin d'offrir un service qui dépasse les attentes des visiteurs de son établissement.
- **Concevoir des stratégies personnalisées pour enchainer le client** à travers un sens d'hospitalité humain, en intégrant des éléments uniques dans son offre, et ainsi devenir un véritable ambassadeur de son établissement et du territoire.

**« L'accueil, c'est la création d'une
atmosphère dans laquelle le
visiteur se sent attendu et désiré »**

Kenneth Hudson – L'art d'accueillir

Le parcours visiteur /client

Constat

Critique : il a le choix, il peut comparer.

Infidèle :
"zappeur", facile à tenter, aventurier...

Calculateur :
compare le rapport qualité / prix.

Impatient : il ne tolère pas l'attente.



Connaisseur : informé, conscient du rapport qualité/prix.

Réactif : il est rapide, il suit la mode et l'information.

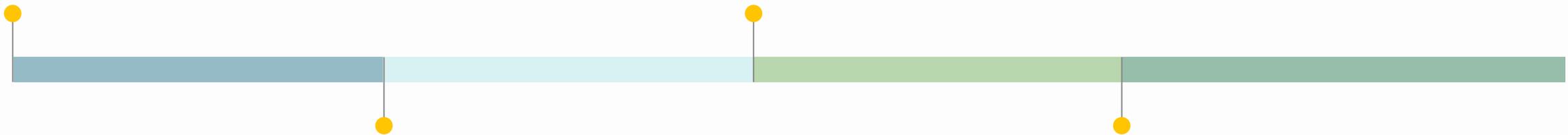
Cyberdépendant:
Le client partage son attention entre son téléphone et l'environnement réel, réduisant sa capacité à interagir pleinement.

Sécuritaire : en termes d'hygiène, sécurité personnelle et numérique.

Le parcours visiteur

"Le parcours visiteur démarre lors des premières recherches de voyages, devient une réalité pendant son séjour et continue après son retour.

À chaque étape, il est essentiel d'analyser et de personnaliser **l'expérience** pour transformer chaque visiteur en ambassadeur de la destination."



Le parcours visiteur

- Exposition à des contenus inspirants sur les réseaux sociaux, blogs de voyage, etc.
- Recommandations d'amis ou de famille.
- Publicité ciblées.

1. Inspiration & rêve

2. Recherche et planification

- Consultation de sites web officiels de la destination (offices de tourisme)
- Lecture d'avis et de témoignages en ligne.
- Choix de la destination : le prix, le cadre du séjour, la météo, les activités, la cuisine.

- Estimation du budget global du voyage.
- Comparaison des coûts (transport, hébergement, activités). Considération des contraintes personnelles.

Choix finale de la destination.

3. Évaluation et prise de décision

4. Préparation de la visite

- Réservation de l'hébergement en ligne ou via une agence
- Achat des billets de transport (avion, train, etc.)
- Réservation d'activités ou d'excursions à l'avance.

Le parcours visiteur

- Premier contact avec la destination (gare, taxi, etc.)
- Transfert vers l'hébergement
- Check-in et installation (hébergement marchand et non marchand).

5. Arrivée et accueil

- Découverte de la destination
- Participation aux activités planifiées et spontanées
- Interactions avec l'environnement local
- Ajustements éventuels de l'itinéraire.
- Partage (prise de photos) 

6. Expérience sur place

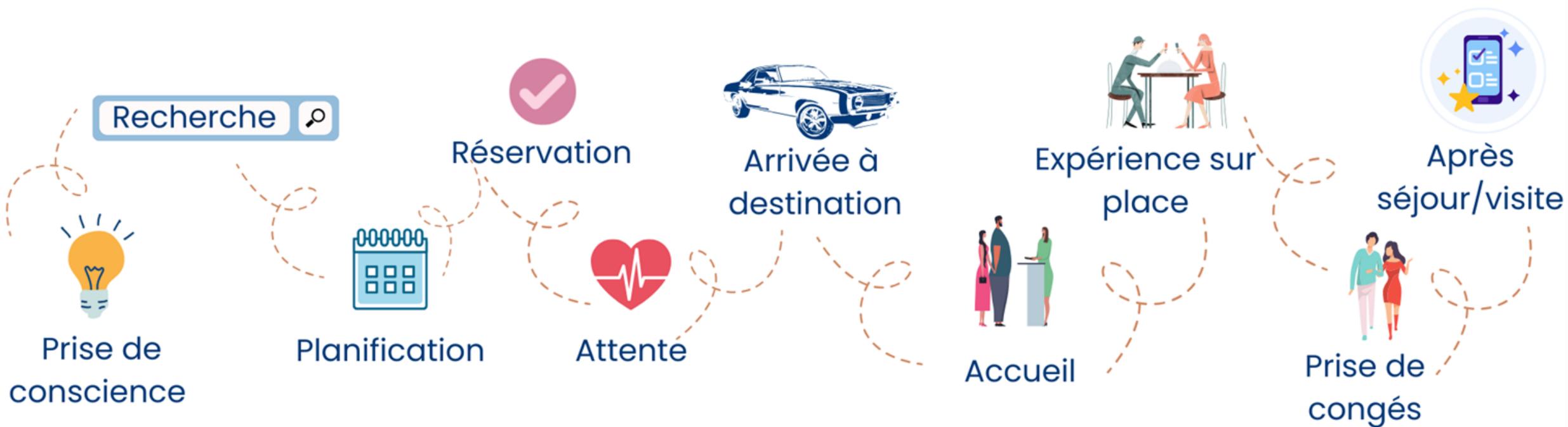
- Check-out et voyage de retour.
- Réflexion sur l'expérience vécue.
- Partage d'expériences (RS, avis en ligne)
- Gestion des souvenirs (photos, vidéos)

7. Départ & après séjour

8. Fidélisation et relation continue

- Réception de communications post-séjour.
- Participation éventuelle à des programmes de fidélité.
- Considération de la destination pour de futurs voyages.

Le parcours client (restaurant)



Le parcours client (hôtel/camping)



Les trois cercles de qualité

By Michael Dodds, directeur
Normandie Tourisme

Les trois cercles de qualité

- Outil qui s'utilise dans les normes de l'Expérience Utilisateur (UX) et nous permet d'objectiver les principaux éléments à considérer à chaque « étape » du parcours client/visiteur.
- Connecté avec le Parcours Client.
- Économie de l'expérience.
- Éléments de l'économie de l'expérience : authenticité, personnalisation et mémorabilité.

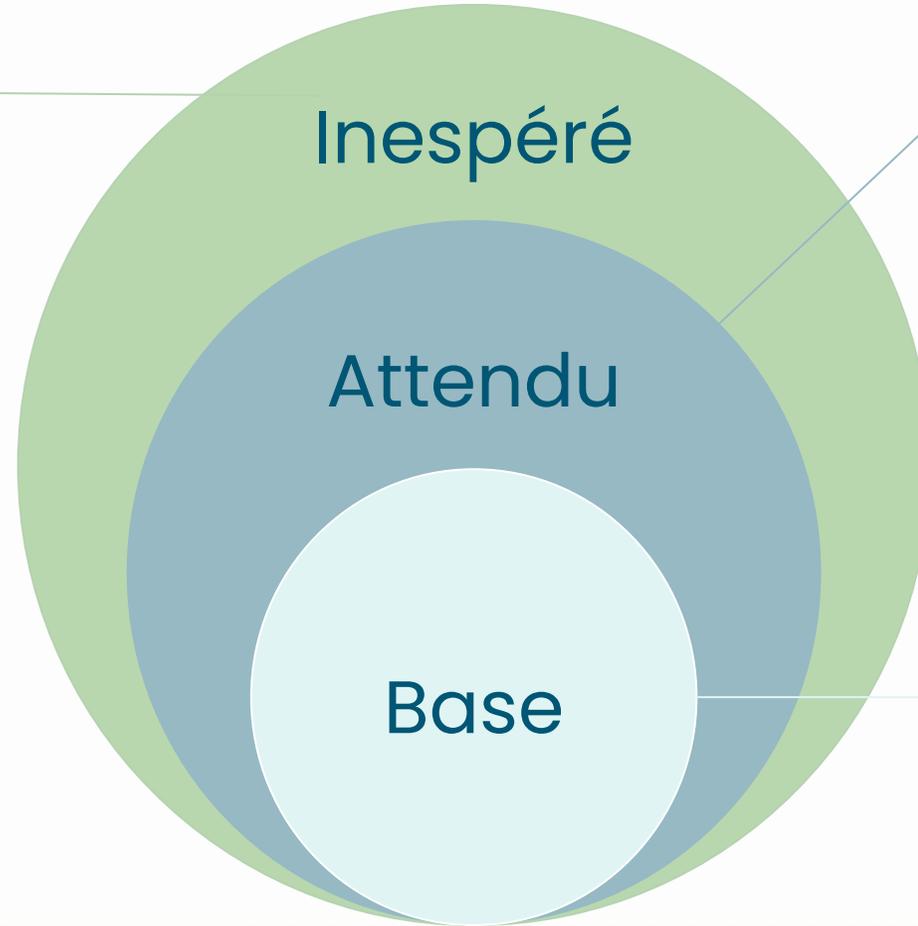
Les trois cercles de qualité

- Points de contact (le moment d'interaction entre le prestataire et le client/visiteur)
- Les besoins et ses attentes.
- Sources d'enchantement (émotionnel et sensoriel).
- Points d'amélioration à court et à long terme.
- Pour chaque étape du parcours, nous identifions et répertorions les moyens potentiels d'apporter un élément d'enchantement qui contribue à proposer une expérience exceptionnelle.

Les trois cercles de qualité

C'est le niveau qui surpasse les attentes du client et crée une expérience mémorable.

Il comprend des éléments surprenants et personnalisés qui enchantent le client.

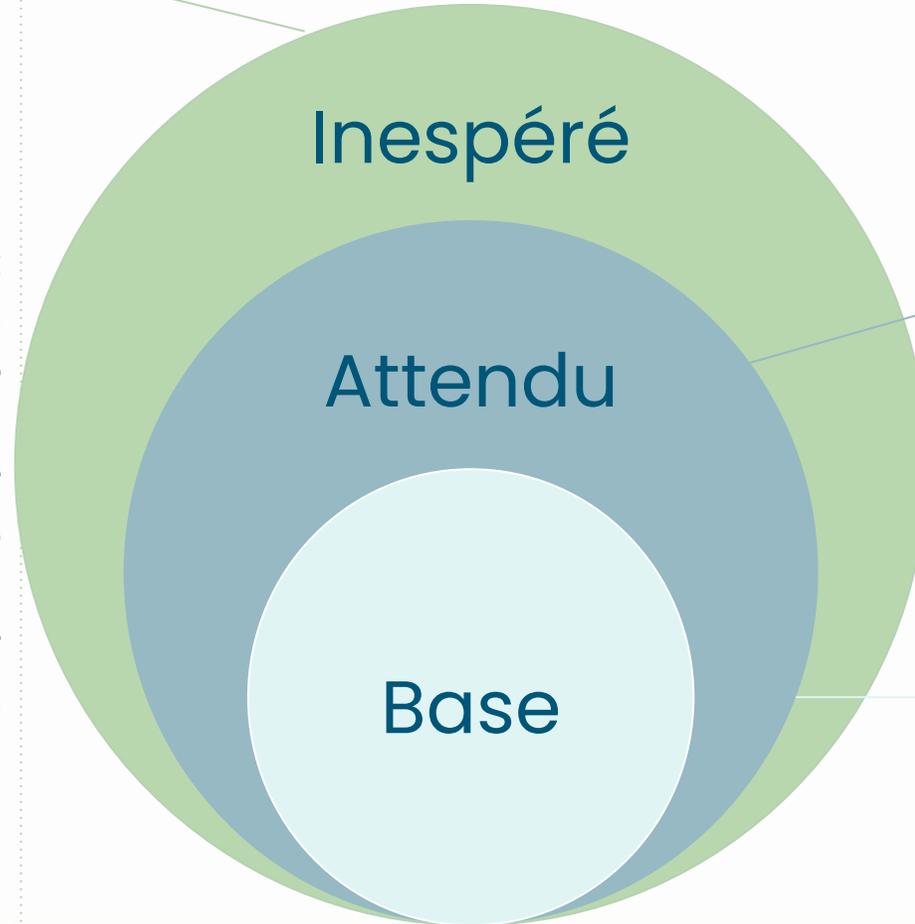


C'est le niveau que les clients espèrent recevoir basé sur leurs expériences passées et les promesses de l'entreprise.

C'est le niveau de base que tout client s'attend à recevoir. Il représente le minimum acceptable pour satisfaire les besoins fondamentaux du client. (physiologiques, sécurité, appartenance...)

Les trois cercles de qualité (hébergement)

- Accueil personnalisé (utilisation du nom du client)
- Boisson de bienvenue offerte
- Mot de bienvenu manuscrit.
- Cadeau de bienvenue local.
- Expériences uniques : Proposer des activités exclusives, comme une dégustation de produits locaux avec un producteur ou un atelier de cuisine régionale.
- Services sur-mesure : offrir des services additionnels comme la livraison de pain frais le matin, la réservation de taxis, ou l'organisation d'excursions personnalisées.



- Accueil chaleureux et souriant.
- Livret d'accueil.
- Aide avec les bagages.
- Explication détaillée des services de l'hôtel/camping
- Réponse aux questions sur la région.

- Accueil : À l'arrivée, un accueil courtois est essentiel. Une réception rapide et efficace, avec une présentation claire des installations du gîte.
- Informations Essentielles : Fournir des informations de base sur le fonctionnement du gîte (comme les horaires, les règles de la maison) et sur les attractions locales.

La communication dans l'expérience client



Disponibilité



Martine
La Bellevue Bréville

Crédit photo : Estelle COHIER - Office de Tourisme Granville Terre et Mer



Andrea
La Cavalerie d'Andrea

Crédit photo : Marie-Claude Vergne - Office de Tourisme Granville Terre et Mer



Élodie
Samvinna

Crédit photo : Elodie Datin - Samvinna

La communication dans l'expérience client



La communication dans l'expérience client

Secondes

Règle 4x20

Mots

Gestes

Les 20 premiers

Centimètres

55%

La préparation en amont de l'arrivée du client

La préparation en amont de l'arrivée du client

- Communication
- Réservation en ligne
- Structure physique extérieur
- Structure physique intérieur
- Aspects administratifs
- Méthodes
- Matériels
- Supports de ventes
- Aspect relationnel

Techniques d'accueil

établir une connexion

Techniques d'accueil

4P - 4C

- **Prise de contact** : phase de découverte mutuelle, intégrant le message de bienvenue.
- **Prise en charge** : C'est la phase où l'on passe de l'écoute à l'action en formulant des questions et un début de propositions commerciales.

Techniques d'accueil

4P - 4C

- **Proposer** : Phase de reformulation des désirs du client et d'une offre commerciale adaptée.
- **Prise de congés** : Phase de synthèse de la relation et d'ouverture vers un suivi ultérieur.

Techniques d'accueil

4P - 4C

Prise de contact

Prise en charge

Proposer

Prise de congés

Hospitalité vs Service

L'hospitalité

L'hospitalité est une attitude, une manière d'accueillir et de traiter les autres qui va au-delà de la simple prestation d'un service.

"Générosité de cœur, sociabilité qui dispose à ouvrir sa porte, à accueillir quelqu'un chez soi, étranger ou non"

L'hospitalité

- **Quelle est sa nature ?** Le service est une action spécifique ; l'hospitalité est une attitude, une manière d'être.
- **Quel est l'objectif ?** Le service cherche à satisfaire un besoin immédiat ; l'hospitalité vise à créer une expérience positive.
- **Quel est son focus ?** Le service se concentre sur l'accomplissement d'une tâche ; l'hospitalité cherche à créer une relation avec le client.

Atelier pratique

Atelier pratique

1. Identification des besoins et attentes clients (5 minutes)

Répartition en 4 groupes, chacun se concentrant sur un type de clientèle (8 participants par groupe).

Groupe 1 : familles

Groupe 2 : seniors étrangers

Groupe 3 : clientèle itinérantes

Groupe 4 : habitants et résidents secondaires

Type d'établissement: Hébergement – Restaurant – Loisirs

Atelier pratique

2. Création d'expériences client selon les 3 cercles de qualité (10 minutes)

Les groupes gardent la même répartition (familles, seniors seniors étrangers, clientèle itinérantes, habitants et résidents secondaires)

Atelier pratique

3. Démonstrations et mises en situation (15 minutes)

Chaque groupe joue sa version devant les autres.

- Accueil et expérience client de base.
- Accueil et expérience client attendu.
- Accueil et expérience client inespéré.

4. Discussion rapide sur les différences entre les trois cercles de qualité. (5 minutes)

Atelier pratique

5. Mettre en pratique dans son offre (5 minutes)

Concrètement, que comptez-vous faire dès demain (ou après-demain) ? 😊

Outils : post-its



Idées/engagements des participants

- Améliorer l'attitude non-verbale lors de l'accueil
- Former le personnel au parcours-client
- Revoir l'accessibilité du site internet
- Travailler et/ou développer un livret d'accueil complet





**Merci à tous pour votre
participation et à très
bientôt!**

Stéphanie

Stéphanie Dorenlor Del Risco

Consultante - Formatrice

Mon Conseiller Hôtelier

info@monconseillerhotelier.com

www.monconseillerhotelier.com

33 06 61 24 84 38

Granville

