



INTERACTION AVEC LES CLIENTS

Manuel de Formation Opérationnelle

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module "Management & Expérience Client" - Édition Complète

PARCOURS D'EXCELLENCE

Gouvernante générale

Sommaire du Programme

- **MODULE 1** : L'Importance de l'Interaction Client au Housekeeping
- **MODULE 2** : Les Standards de Présentation et d'Attitude (Grooming)
- **MODULE 3** : Le Vocabulaire de l'Excellence (Les mots qui comptent)
- **MODULE 4** : Gérer les Interactions dans les Couloirs et Espaces Publics
- **MODULE 5** : Entrer dans une Chambre Occupée (SOP stricte)
- **MODULE 6** : L'Intelligence Émotionnelle face au Client
- **MODULE 7** : Traitement Rapide des Demandes Spéciales (On Request)
- **MODULE 8** : Anticipation des Besoins (Le Service Intuitif Forbes)
- **MODULE 9** : Gestion des Plaintes en Direct (La méthode L.E.A.R.N)
- **MODULE 10** : Les Interactions Spécifiques avec les Clients VIP
- **MODULE 11** : Respect de la Confidentialité et de la Vie Privée
- **MODULE 12** : Gérer les Enfants et Animaux de Compagnie (VIB & VIPets)
- **MODULE 13** : Les Barrières Culturelles et Linguistiques
- **MODULE 14** : Le Service de Couverture (Turndown) comme Touchpoint
- **MODULE 15** : Cas Pratique N°1 : Client surpris dans sa chambre
- **MODULE 16** : Cas Pratique N°2 : Plainte pour un objet disparu
- **MODULE 17** : Cas Pratique N°3 : Une demande extravagante d'un VIP
- **CONCLUSION** : Grille d'Évaluation "Ambassadrice de l'Hospitalité"

MODULE 1: L'Importance de l'Interaction

1.1. Sortir de l'ombre

Traditionnellement, le Housekeeping était considéré comme un "département de l'ombre". Une bonne femme de chambre était celle que l'on ne voyait jamais. Aujourd'hui, dans l'hôtellerie de luxe, le personnel d'étage est en première ligne de l'expérience client. La Gouvernante Générale doit transformer ses équipes en véritables ambassadeurs.

1.2. Les Créateurs de Souvenirs

- **La Chaleur Humaine** : Un sourire sincère dans un couloir marque parfois plus l'esprit d'un client que le design de sa chambre.
- **Le Pouvoir de Résolution** : Le personnel d'étage est souvent le premier interlocuteur face à un client qui a un problème dans sa chambre. Une réaction immédiate et professionnelle empêche une simple remarque de se transformer en plainte majeure à la réception.

Le Changement de Paradigme

L'équipe des étages ne "nettoie pas des chambres", elle "prend soin des clients". Chaque interaction est une opportunité de fidéliser (Touchpoint).

MODULE 2: Présentation et Attitude

(Grooming)

2.1. L'Image de l'Hôtel

L'interaction commence avant même d'avoir prononcé un mot. La présentation physique de l'employé dégage une aura de professionnalisme (ou d'amateurisme) qui conditionne la réaction du client.

2.2. Les Standards Visuels et Posturaux

Élément	Standard d'Excellence (LQA)
L'Uniforme	Propre, repassé, sans taches de produits chimiques. Le badge nominatif (Name tag) doit être porté droit, du côté gauche, toujours visible.
La Règle du 10-5	À 10 pas d'un client, l'employé établit un contact visuel et sourit (Eye contact). À 5 pas, il s'arrête de travailler, s'efface pour laisser passer, et salue verbalement.
Le Langage Corporel	Interdiction de s'adosser aux murs, de croiser les bras (fermeture) ou de mettre les mains dans les poches. Posture droite et ouverte.

MODULE 3: Le Vocabulaire de l'Excellence

3.1. Les mots qui comptent

Le vocabulaire utilisé par le personnel d'étage doit refléter le niveau de luxe de l'établissement. La Gouvernante Générale doit bannir le langage familier au profit d'une sémantique élégante.

3.2. Le Dictionnaire de l'Hospitalité

- **Remplacer "Pas de problème" par :** "Avec grand plaisir, Monsieur", ou "Je m'en occupe immédiatement, Madame."
- **Remplacer "Je ne sais pas" par :** "Je vais me renseigner immédiatement pour vous, Monsieur." Ne jamais laisser le client sans solution.
- **L'Usage du Nom :** Utiliser le nom de famille du client dès que possible (s'il est connu). "Bonjour Monsieur Dupont, avez-vous passé une bonne nuit ?" L'utilisation du nom est le summum de la personnalisation.
- **La Salutation :** Toujours saluer selon le moment de la journée. "Bonjour", "Bon après-midi", "Bonsoir". Bannir les "Salut" ou "Coucou" même avec des clients habitués ou des enfants.

MODULE 4: Interagir dans les Couloirs

4.1. Le carrefour des rencontres

Les couloirs d'étages sont les zones où les interactions sont les plus fréquentes. L'employé est souvent en plein effort physique avec son chariot, mais doit instantanément basculer en "Mode Client".

4.2. Les Règles de Croisement

- **Priorité Absolue** : Le client a toujours la priorité de passage. L'équipier qui pousse un chariot lourd doit s'arrêter, serrer son chariot contre le mur, et faire un signe de la main pour inviter le client à passer.
- **Le Silence Opérationnel** : Les conversations entre employés (d'un bout à l'autre du couloir) sont strictement interdites. Si une Gouvernante doit parler à une femme de chambre, elle s'approche d'elle et parle à voix basse.
- **L'Assistance Proactive** : Si un client semble perdu en sortant de l'ascenseur, ne pas attendre qu'il demande de l'aide. L'employé doit s'approcher : "Puis-je vous aider à trouver votre chambre, Monsieur ?"

MODULE 5: Entrer dans une Chambre Occupée

5.1. Le franchissement de l'intimité

Entrer dans la chambre d'un client est une intrusion dans son espace privé. La procédure (SOP) doit être respectée à la lettre pour éviter toute situation embarrassante.

5.2. La SOP d'Entrée en Chambre

1. **Vérifier le statut** : S'assurer qu'aucun panneau "Ne Pas Déranger" (DND) n'est sur la porte ou allumé électroniquement. Si DND, ne PAS frapper.
2. **Frapper (Knock & Announce)** : Frapper trois fois distinctement avec les articulations (jamais avec une clé) et annoncer clairement : "Housekeeping !".
3. **Attendre** : Patienter 10 secondes.
4. **Répéter** : Frapper à nouveau 3 fois, annoncer "Housekeeping !".
5. **Entrer doucement** : Si pas de réponse, ouvrir la porte de quelques centimètres, annoncer une dernière fois "Housekeeping", puis entrer.
6. **Si le client est présent (DND oublié)** : S'excuser immédiatement, reculer d'un pas, et demander : "Veuillez m'excuser Monsieur, à quelle heure souhaitez-vous que je fasse votre chambre ?"

MODULE 6: L'Intelligence Émotionnelle

6.1. Lire la situation

Tous les clients ne veulent pas interagir de la même manière. L'intelligence émotionnelle de l'employé consiste à "lire" l'humeur et l'envie du client.

6.2. Les Profils d'Interaction

Le Profil du Client	L'Attitude de l'Employé
Le Client Pressé (Business)	Marche vite, regarde son téléphone, répond brièvement. <i>Action</i> : Être extrêmement concis, poli, s'effacer rapidement. Ne pas engager la conversation.
Le Client Bavard (Leisure)	Pose des questions, sourit, prend son temps. <i>Action</i> : Prendre le temps de discuter brièvement, sourire, répondre aux questions avec chaleur tout en reprenant poliment son travail après 1-2 minutes.
Le Client Agacé	A un problème technique ou a mal dormi. <i>Action</i> : Écoute active immédiate. Montrer beaucoup d'empathie et proposer une résolution urgente.

MODULE 7: Traitement des Demandes Spéciales

7.1. Le test de réactivité

Un client qui appelle pour demander une serviette supplémentaire, un fer à repasser ou un lit bébé s'attend à une réaction éclair. Le Housekeeping est jugé sur son temps de réponse.

7.2. Le Standard "On Request"

- **L'Engagement de Temps (LQA)** : Toute demande d'un client doit être livrée en chambre en **moins de 10 minutes**.
- **La Livraison** : La personne qui livre l'objet (souvent un équipier) ne doit pas le tendre à la va-vite. Elle doit le présenter proprement (ex: serviette posée sur les bras, fer à repasser tenu à deux mains), avec le sourire.
- **Le Check-back** : Demander "Avez-vous besoin d'autre chose, Madame ?" avant de prendre congé.

MODULE 8: Anticipation (Service Intuitif)

8.1. Au-delà de la simple demande

L'excellence 5 étoiles (Forbes) ne consiste pas à donner ce que le client demande, mais à donner ce qu'il n'a *pas encore* demandé. C'est l'anticipation des besoins.

8.2. Exemples de Service Intuitif

- **Observation Visuelle** : Si la femme de chambre remarque que le client a vidé ses deux bouteilles d'eau la veille, elle doit intuitivement en placer 4 le lendemain. S'il a utilisé tous les cotons, elle double la dose.
- **Habitudes de Sommeil** : Si le client a enlevé la lourde couette et dort avec le drap seul, la Gouvernante fera la chambre avec un drap léger sans remettre la couette, respectant son habitude.
- **Les Objets Personnels** : Placer une lingette nettoyante pour lunettes à côté des lunettes posées sur le bureau, ou un tapis de souris en cuir sous l'ordinateur portable du client.

MODULE 9: Gestion des Plaintes en Direct

9.1. L'opportunité de récupération (Recovery)

Lorsqu'un client se plaint d'une chambre mal nettoyée ou d'un bruit gênant directement à une femme de chambre, la réaction de l'employée peut sauver le séjour ou le ruiner.

9.2. La Méthode L.E.A.R.N.

Étape	Comportement Exigé
L (Listen) - Écouter	Arrêter toute tâche, regarder le client dans les yeux, ne pas interrompre.
E (Empathize) - Empathie	Valider le sentiment : "Je comprends tout à fait votre contrariété, Monsieur."
A (Apologize) - S'excuser	S'excuser au nom de l'hôtel, sans jamais accuser un collègue ("C'est la faute de la femme de chambre d'hier").
R (React) - Réagir	Prendre le problème en charge immédiatement. Ne pas dire "Il faut appeler la réception". <i>L'employé s'en charge.</i>
N (Notify) - Notifier	Informer la Gouvernante Générale pour qu'elle puisse faire un suivi ("Call-back") avec le client.

MODULE 10: Interactions avec les VIPs

10.1. Le traitement d'hyper-luxe

Les célébrités, les membres de familles royales ou les grands patrons exigent une approche spécifique, mêlant hyper-disponibilité et invisibilité.

10.2. Les Règles VIP

- **La Constance du Service** : Pour un grand VIP restant plusieurs semaines, la Gouvernante Générale doit toujours assigner **la même femme de chambre**. Cela crée une confiance et permet à l'employée de connaître les moindres habitudes du VIP.
- **La Discrétion Absolue** : Ne jamais demander d'autographe ou de photo (motif de licenciement). Si le VIP engage la conversation, rester professionnel, chaleureux, mais garder ses distances.
- **L'Adaptabilité des Horaires** : Un VIP ne s'adapte pas aux horaires de ménage, c'est le Housekeeping qui s'adapte à lui. S'il sort à 15h, la chambre sera faite à 15h, même si l'équipe du matin a terminé son shift.

MODULE 11: Confidentialité et Vie Privée

11.1. Le Secret de la Chambre

Les employés d'étages voient tout : médicaments, dossiers confidentiels, habitudes de vie, et relations intimes. La Gouvernante Générale doit garantir une éthique professionnelle sans faille.

11.2. Le Code de Discrétion

- **Le Secret Professionnel** : Interdiction stricte de commenter ce qui a été vu dans une chambre, même entre collègues en salle de pause.
- **Respect des Documents** : Lors du nettoyage du bureau, ne jamais déplacer, lire ou jeter des papiers professionnels, même s'ils semblent être des brouillons. Dépoussiérer *autour* avec précaution.
- **Le Filtrage des Visiteurs** : Si une personne frappe à la porte et demande à la femme de chambre d'ouvrir car elle a "oublié sa clé", l'employée doit **systématiquement refuser** et renvoyer la personne à la réception pour vérification d'identité.

MODULE 12: Enfants et Animaux (VIB & VIPets)

12.1. Séduire toute la famille

L'hôtellerie de luxe chouchoute les enfants (Very Important Babies) et les animaux de compagnie (VIPets), car des enfants/animaux heureux garantissent la fidélité des parents.

12.2. L'Interaction Spécifique

Cible	Standard d'Interaction (Housekeeping)
Les Enfants	S'agenouiller pour se mettre à leur hauteur lors d'un "Bonjour". Installer leurs doudous de manière amusante (ex: sur l'oreiller en train de regarder la TV) lors du nettoyage. Placer les produits d'accueil "Kids" avec soin.
Les Chiens/ Chats	Ne jamais entrer dans une chambre occupée par un chien seul, sans accord du client (risque de morsure ou de fuite). Disposer proprement les gamelles sur un tapis spécifique. Retirer méticuleusement tous les poils des moquettes.

MODULE 13: Barrières Culturelles & Langues

13.1. L'Hospitalité Internationale

Le personnel d'étages interagit avec des clients du monde entier. Les barrières linguistiques et les différences culturelles peuvent créer des malentendus.

13.2. Surmonter la barrière

- **L'Intelligence Culturelle** : Savoir que pointer du doigt est impoli dans beaucoup de cultures asiatiques (montrer avec la main ouverte). Comprendre que certaines cultures du Moyen-Orient n'apprécient pas qu'un homme de chambre entre alors que la femme est seule.
- **La Barrière de la Langue** : Si l'employée ne comprend pas l'anglais, elle ne doit jamais dire "No English" et s'enfuir. Elle doit sourire, dire "Un moment s'il vous plaît", et appeler immédiatement son superviseur via la radio.
- **Phrases de survie** : La Gouvernante Générale doit s'assurer que tout son personnel maîtrise au minimum 5 phrases de base en anglais (Salutations, excuses, et prise de congé).

MODULE 14: Le Service de Couverture (Turndown)

14.1. Le "Touchpoint" du Soir

Le Turndown n'est pas seulement l'action d'ouvrir le lit. C'est souvent l'unique moment où le client rencontre physiquement le personnel d'étage en chambre (en fin d'après-midi).

14.2. Gérer la rencontre du Soir

- **L'Approche** : Frapper. Si le client est là, demander : "Bonsoir Monsieur, puis-je faire votre service de couverture, ou préférez-vous que je revienne plus tard ?"
- **La Discretion Active** : Si le client autorise l'accès, l'employée doit faire son service de manière extrêmement silencieuse et fluide, sans déranger le client qui lit ou regarde la télévision.
- **L'Échange** : C'est le moment idéal pour demander "Avez-vous besoin d'oreillers supplémentaires pour la nuit ?" ou "À quelle heure souhaitez-vous que votre chambre soit faite demain matin ?".

MODULE 15: Cas Pratique N°1

Client surpris dans sa chambre

Contexte : À 11h00, une femme de chambre frappe à la porte de la chambre 302. Pas de réponse. Elle entre avec son pass. Le client (qui avait oublié de mettre son panneau Ne Pas Déranger) sort de la salle de bain en serviette. Il est très surpris et contrarié.

L'Action d'Interaction :

1. **Retrait Immédiat** : L'employée s'arrête, baisse les yeux, et dit instantanément : "Veuillez m'excuser Monsieur, je suis navrée", et referme immédiatement la porte en reculant.
2. **Notification** : Elle alerte immédiatement sa Gouvernante (superviseur) de l'incident.
3. **Récupération Managériale** : La Gouvernante Générale (vous) contacte le client plus tard dans la journée (ou glisse un mot courtois) pour renouveler ses excuses concernant cette intrusion involontaire, en précisant que le panneau DND a depuis été accroché à sa porte.

MODULE 16: Cas Pratique N°2

Plainte pour un objet disparu

Contexte : Un client arrête la Gouvernante d'étage dans le couloir et crie : "Votre femme de chambre a volé ma montre Rolex que j'avais laissée sur le lavabo ! C'est une honte !"

L'Action d'Interaction (Désescalade) :

1. **Calme et Empathie (L.E.A.R.N) :** La Gouvernante ne se vexe pas et ne défend pas agressivement son équipe. Elle répond calmement : "Je comprends votre inquiétude Monsieur, c'est un objet précieux. Nous allons la retrouver."
2. **Recherche Conjointe :** Elle propose d'accompagner le client dans la chambre pour chercher. Bien souvent, l'objet a simplement glissé, été mis dans un tiroir par le client, ou rangé dans un endroit inhabituel.
3. **Escalade Sécuritaire :** Si la montre reste introuvable, la Gouvernante appelle immédiatement le Directeur de la Sécurité. Elle n'interroge pas elle-même la femme de chambre devant le client pour éviter toute humiliation publique.

MODULE 17: Cas Pratique N°3

Une demande extravagante d'un VIP

Contexte : Un client très fortuné (VIP) demande au valet d'étage de lui trouver 20 oreillers supplémentaires en plumes d'oie neuves dans les 15 minutes, car il veut construire un "nid" pour ses enfants dans la Suite.

L'Action d'Interaction (Service Exceptionnel) :

1. **L'Acceptation :** Le valet ne rit pas, ne souffle pas, et ne dit jamais "C'est impossible". Il répond : "C'est une excellente idée Monsieur, je m'en occupe tout de suite."
2. **L'Action Rapide :** Il alerte la Gouvernante Générale de cette demande massive. Il vide les réserves de l'étage, et la lingerie est mobilisée pour monter les oreillers restants.
3. **La Livraison Soignée :** La livraison se fait en équipe (3 équipiers) de manière très théâtrale pour amuser les enfants. C'est l'essence du service de luxe : réaliser l'extravagant avec le plus grand sérieux et le sourire.

CONCLUSION: Grille d'Évaluation

Ambassadrice de l'Hospitalité

La Gouvernante Générale doit infuser la culture du service à des équipes souvent habituées à des tâches purement techniques. L'interaction client est la valeur ajoutée de l'hôtellerie de luxe.

Checklist "Guest Interaction & Service Excellence" :

- [] L'ensemble de mon équipe respecte-t-il la règle du 10-5 (Sourire et Salutation) dans les couloirs ?
- [] La procédure stricte d'entrée en chambre (Frapper 3 fois, annoncer "Housekeeping") est-elle acquise et auditée ?
- [] Mes employés ont-ils banni les mots familiers au profit d'un "Vocabulaire de l'Excellence" ?
- [] Les demandes spéciales (On Request) sont-elles systématiquement livrées en moins de 10 minutes avec courtoisie ?
- [] Le service de couverture (Turndown) est-il utilisé comme une opportunité d'échange qualitatif avec le client ?
- [] Mes Gouvernantes d'étages maîtrisent-elles la méthode L.E.A.R.N pour désamorcer les plaintes en direct ?
- [] Est-ce que j'encourage activement le "Service Intuitif" (Anticipation) en félicitant mes équipes lorsqu'elles dépassent les attentes ?

Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Management & Expérience Client

Ce document est la propriété exclusive de trainingcenterin. Toute reproduction non autorisée est interdite.