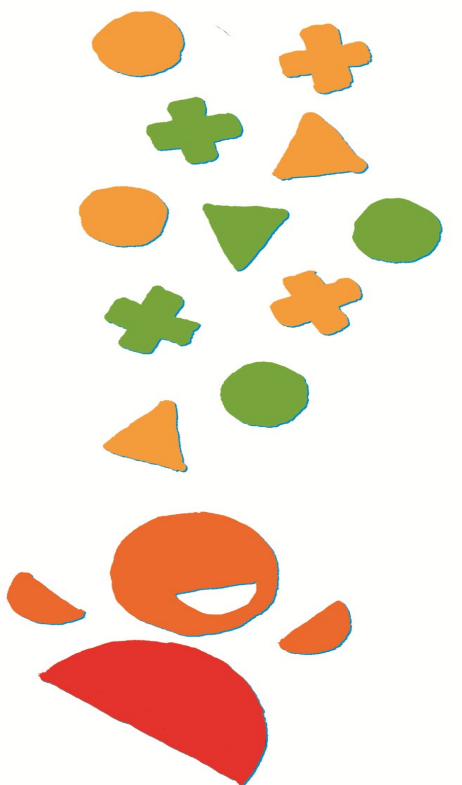


DIAGNOSTIC SERVICE +

Ces petits plus qui font la différence ?



Offrir ces « petits plus » qui enchantent un séjour et font d'un hébergeur un hôte attentionné dont on se souvient : un comportement pas toujours naturel et qui ne s'improvise pas. Pour que les professionnels de l'hébergement puissent anticiper plutôt que réagir aux sollicitations des clients, quoi de mieux qu'une phase de diagnostic passant en revue les éléments d'une importance toute particulière pour les clientèles étrangères ?

Ce document présente les critères et points clés permettant une évaluation de l'offre, une aide à la progression vers le service « plus » en termes d'équipements et de services, de savoir-faire et de savoir-être.

Rappel des attentes des clientèles étrangères *

Les groupes de consommateurs, réunis à Londres en 2009 par MACEO/UCCIMAC lors de réunions d'expression sur le tourisme dans le Massif Central, ont fait ressortir :

- **Une forte attente pour des hébergements de charme et de caractère qui :**
 - mettent en valeur le caractère identitaire de leurs bâtiments, l'architecture régionale, les matériaux locaux
 - sont décorés avec goût et offrent une ambiance chaleureuse
 - disposent de nombreux équipements décoratifs du type cheminée, jardin, participant ainsi à l'ambiance du lieu. (les équipements distrayants ou de remise en forme comme la piscine sont appréciés mais pas indispensables)
 - sont installés dans un site de caractère, à défaut d'être remarquable, et surtout au calme
- **Un intérêt tout particulier pour les hébergeurs qui, en matière de services, sont pro-actifs plutôt que réactifs et proposent :**
 - un accueil personnalisé et chaleureux
 - des conseils sur les richesses naturelles, culturelles, gastronomiques de la région,
 - des recommandations sur des sites, des activités... qui sortent des sentiers battus, faites comme on le ferait à un ami.
- **Une utilisation intensive d'Internet comme principal (voire le seul) outil de planification des vacances :**

En effet, Internet donne, aux consommateurs interrogés, le contrôle et la maîtrise de l'organisation et de la mise au point de leur séjour car il permet de choisir précisément ce qu'ils veulent - voire de découvrir de nouvelles options.

Pour se rassurer et être sûr de faire les bons choix, les consommateurs ont systématiquement recours à des sites de réseaux sociaux sur lesquels les clients d'hôtels déposent des avis sur la qualité globale de la prestation hôtelière.

* Résumé de l'étude qualitative des clientèles téléchargeable sur le site Internet de Macéo/Uccimac

Support de diagnostic service +

1. Données de cadrage

Nom de l'établissement.....

Nombre de chambres.....

Nombre de couverts.....

Effectif.....

Remarques.....

.....

.....

2. Grille de diagnostic

| Critères d'évaluation | | Notation (de 0 à 5) | Commentaire |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|
| Equipements | Cheminée | | |
| | Espace forme | | |
| | Jardin avec chaises longues | | |
| | Décoration générale (objets chinés, expo de tableaux...) | | |
| | Bibliothèque, revues sur la région, presse étrangère | | |
| | Bouilloire, thé, café, biscuits dans la chambre | | |
| | Oreillers (choix), serviettes de toilette en abondance, sèche-cheveux, lits twin | | |
| | Wifi, réseau téléphone mobile, chaînes TV en anglais | | |
| Sous-total « Equipements » | | / 40 | |

| <i>Critères d'évaluation</i> | | <i>Notation (de 0 à 5)</i> | <i>Commentaire</i> |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Services | Soirées à thème (barbecue, dégustation vins de pays...) | | |
| | Menus adaptés (végétarien...), carte en anglais (explication composition des plats) | | |
| | Utilisation de produits du terroir / frais | | |
| | Collation de bienvenue, cadeau dans la chambre (mot d'accueil, échantillons de spécialités régionales...) | | |
| | Horaires des repas adaptés | | |
| | Bar / salon avec grande amplitude horaire | | |
| | Livret d'accueil en anglais (présentation de l'hôtel / mode d'emploi TV, charte d'accueil, carnet de voyage...) | | |
| | Affichage des prévisions météo | | |
| | Fiches de satisfaction | | |
| | Portage des bagages, accompagnement jusqu'à la chambre | | |
| | Cours de cuisine | | |
| | Services « externalisables » (massages, coiffeur, guide de rando...) | | |
| <i>Sous-total « Services »</i> | | / 60 | |

| <i>Critères d'évaluation</i> | | <i>Notation (de 0 à 5)</i> | <i>Commentaire</i> |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Ressources humaines (équipe) | Le personnel suit des formations en interne / externe (Formations sur le comportement des clientèles étrangères, en langues...) | | |
| | Des réunions sont organisées pour tenir le personnel informé de l'activité, des évolutions... de l'établissement | | |
| <i>Sous-total « Ressources humaines »</i> | | / 10 | |

| <i>Critères d'évaluation</i> | | <i>Notation (de 0 à 5)</i> | <i>Commentaire</i> |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Savoir-faire / savoir-être (propriétaire et/ou équipe) | Peut parler en anglais (pour accueil, renseignements...) | | |
| | Répond rapidement (et en anglais) aux emails de demande de disponibilité | | |
| | Prend le temps de discuter du bon déroulement du séjour avec les clients | | |
| | Se rend disponible sur des créneaux horaires appropriés pour renseigner les clients | | |
| | Peut recommander des visites, des activités sortant des sentiers battus (connaît personnellement les prestataires) | | |
| | Peut réserver des prestations extérieures pour le compte des clients | | |
| | Peut présenter une démarche environnementale « sincère » et faire participer ses clients à cette démarche | | |
| | Qualifie / personnalise son fichier clients (enregistre sur son fichier les habitudes, les attentes spécifiques de ses clients en matière de confort et de thématique de séjour) | | |
| <i>Sous-total « Savoir-faire / savoir-être »</i> | | <i>/ 40</i> | |

| | | |
|----------------------|--------------|--|
| Total général | / 150 | |
|----------------------|--------------|--|

3. Synthèse

Critères remplis :

.....
.....
.....

Critères partiellement remplis :

.....
.....
.....

Critères non remplis :

.....
.....
.....

4. Contrat de progrès (améliorations à apporter)

Le contrat de progrès doit mentionner les engagements de l'hébergeur et le programme d'assistance technique "sur mesure" proposé par la CCI.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....