

LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENTS EN HOTELLERIE

FORMATION SUR-MESURE

LIEU(X) DE FORMATION

Campus de Paris 6 ; Saint
Gratien (95) ; Dijon ou sur site
client

ACCESSIBILITÉ

Le site de formation est
accessible aux personnes à
mobilité réduite

RYTHME

Mini 2 jours
(7h par jour)

PRÉ-REQUIS

Travailler dans l'hôtellerie ou
être en position d'y travailler
prochainement

PUBLIC VISÉ

Tout collaborateur en contact au
quotidien avec la clientèle ;
responsables commerciaux
ou marketing, gérants,
directeurs d'hôtel.

DÉLAIS D'ACCÈS A LA FORMATION

Les sessions ont lieu aux dates souhaitées par le client

MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS A LA FORMATION

- Prise de contact téléphonique
- Renseignements & construction du cahier des charges ad hoc
- Convention de formation intra-entreprise formalisée et signée avant démarrage
- Prise de contact de l'école avec les participants pour :
Validation des acquis avant l'entrée en formation (au plus tard 10 jours ouvrés avant le démarrage de la formation).
Le cas échéant, aménagements de l'espace de formation (cas des personnes en situation de handicap notamment)

OBJECTIFS

- Rappeler les ressorts de la relation client propres au secteur de l'hôtellerie
- Approfondir les techniques d'excellence de la relation avec le client par des mises en situations concrètes.
- «Marketer» sa relation clients pour susciter l'adhésion des prospects et la fidélité des clients
- Possibilité d'auditer vos équipes en contact avec la clientèle et proposer un plan d'actions correctives
- Exceller dans l'accueil et la gestion de la relation clients
- Améliorer les taux de satisfaction clients
- Améliorer la e-réputation de l'établissement sur les réseaux sociaux et plateformes de réservation en ligne
- Améliorer la posture de ses collaborateurs dans des contextes de changement
- Renforcer ses qualités de manager agile, fédérateur et bienveillant dans les contextes de mutations de son entreprise

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Rappel de la psychologie et des moteurs comportementaux de la clientèle en hôtellerie ; segmentation des profils.
- Gestion des conflits avec la clientèle : des contingences quotidiennes à la gestion des clients « toxiques »
- L'impact des NTIC sur la relation clients : e-réputation et plateformes de la relation clients.
- Tour d'horizon des techniques d'excellence de la relation avec les clients par des mises en situations concrètes.
- Optionnel : audit de vos équipes en contact avec la clientèle et proposition d'un plan d'actions correctives

MODALITÉS DE POSITIONNEMENT

- Entretien individuel de positionnement réalisé par téléphone au moment de la candidature

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

- Exposés et exercices d'application
- Cas pratiques
- Échanges d'expériences, mises en situations, conseils et bonnes pratiques du métier
- Optionnel : audit des pratiques de gestion de la relation clients des équipes formées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Evaluation formative des acquis avant le début de la formation ; en cours ; et en fin de formation
- Questionnaire de satisfaction en fin de stage
- Attestation de participation FERRANDI Paris délivrée à la fin du stage

LES RÉSULTATS OBTENUS

95,8%

Taux de satisfaction globale des stagiaires en Formation Continue en 2022/2023
(Très Satisfait/ Satisfait)

TARIFS ET FRAIS

Tarification sur-mesure

CONTACT

Alexandre Barthelemy

Tel : 06 58 71 20 51

E-mail : abarthelemy@ferrandi-paris.fr

Les informations sur cette fiche sont données à titre indicatif.

Date de mise à jour : 20/10/2023

PARIS

FERRANDI Paris
28 rue de l'Abbé Grégoire
75006 Paris

une école de la



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE