

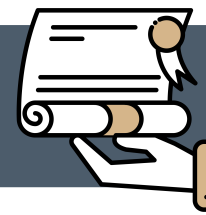


Référentiels

12 compétences visées – 83 indicateurs d'évaluation

RS6018 - Gérer la Relation Client dans
l'hospitalité de luxe



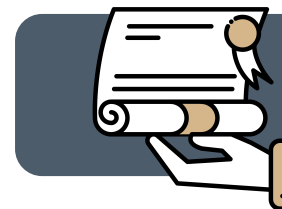


12 compétences visées – 83 indicateurs d'évaluation

PRÉCISIONS SUR LES MODALITÉS D'ÉVALUATION – RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION

3 études de cas	<ul style="list-style-type: none">• Un temps de préparation de 15 minutes est accordé aux candidat(e)s avant chaque étude de cas (pouvant être majoré en fonction d'éventuels besoins spécifiques)• L'étude de cas EC1 est mise à profit pour permettre au jury d'évaluer deux compétences• Rendus attendus : les réponses aux études de cas sont présentées oralement par le candidat / la candidat• Le candidat / la candidate pourra s'appuyer sur ses notes, pour exposer et justifier ses réponses• Correction : Le jury est composé de professionnels de l'hospitalité de luxe. Le jury évalue la production des candidats au travers d'une grille contenant l'ensemble des critères d'évaluation. L'évaluation, indicateur par indicateur et pour chaque compétence, donne au final la mesure objective de la maîtrise de celle-ci.
5 mises en situation	<ul style="list-style-type: none">• Un temps de préparation de 10 minutes est accordé aux candidat(e)s avant chaque mise en situation (pouvant être majoré en fonction d'éventuels besoins spécifiques)• Rendus attendus : les mises en situation doivent être mises à profit pour démontrer le niveau de maîtrise des compétences visées.• Le rôle du client / de la cliente peut être joué par le formateur / la formatrice, ou par une tierce personne• Le candidat / la candidate s'impliquera dans ces mises en situation sans avoir accès à ses notes, pour favoriser la spontanéité et l'acquisition de la compétence visée• Une mise en situation peut être mise à profit pour permettre au jury d'évaluer plusieurs compétences :<ul style="list-style-type: none">➢ MS4 pour les compétences C6 – C7 - C8➢ MS5 pour les compétences C9 – C10• Correction : Le jury d'évaluation est composé de professionnels de de l'hospitalité de luxe. Le jury évalue l'ensemble des candidats au travers d'une grille contenant l'ensemble des critères d'évaluation. L'évaluation, indicateur par indicateur et pour chaque compétence, donne au final la mesure objective de la maîtrise de celle-ci.

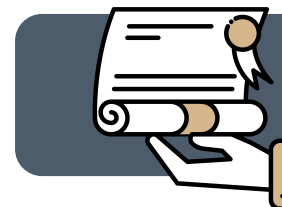
Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C1 / Préparer l'arrivée d'un client afin d'assurer l'excellence relationnelle par la personnalisation de l'accueil, en récoltant et synthétisant des informations utiles	<p>Étude de cas N°1 (EC1) Sur la base d'un cas (établissement réel ou reconstitué), et à partir d'un ensemble de documents mis à disposition, et de consignes situationnelles, le candidat / la candidate doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - exposer et argumenter les éléments clés de l'étape préparatoire à l'arrivée d'un client dans l'établissement - Exposer les éléments utiles à collecter pour permettre un accueil personnalisé, les sources qui permettent de réunir ces éléments, et les moyens qui permettent de les archiver dans le respect de la législation - Expliciter les choix retenus en interaction avec la ligne managériale 	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate restitue les 7 mots clés auxquels les clients Haut de gamme et Luxe pensent lorsqu'ils recherchent leur séjour - Il/elle traduit ces mots clés en savoir-faire et savoir-être à mettre en œuvre - Il/elle a intégré les attentes des clients liées à la promesse de service de l'établissement - Il/elle sélectionne les bonnes sources d'informations pour personnaliser sa prestation d'accueil - Il/elle choisit et met à profit les informations et éléments clés qui lui permettent de personnaliser sa relation client - Il/elle explicite clairement comment il/elle enregistre et utilise les informations du « cardex » (BDD clients)
C2 / Développer une vision globale du « parcours client » au sein d'un établissement relevant du secteur du luxe, en intégrant les problématiques liées au champ du handicap, de manière à mettre en œuvre la promesse de qualité de service et d'accueil de l'établissement en toutes circonstances	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter le parcours client privilégié dans l'établissement - Exposer les comportements d'excellence à chaque étapes de ce parcours client - Identifier les points de vigilance, et les actions à conduire ou à privilégier en la matière 	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate cartographie précisément le parcours du client dans l'établissement, et intègre les éventuelles parcours alternatifs - Il/elle identifie, à chaque étape, les comportements d'excellence professionnelle à mettre en œuvre - Il/elle explicite clairement quelle est sa valeur ajoutée en termes de service, à chaque étape de ce parcours - Il/elle restitue les différentes situations de handicap, et cite les éléments facilitateurs les plus courants - Il/elle anticipe les attentes et les besoins spécifiques de sa clientèle - Il/elle expose les ressources matérielles et humaines pour satisfaire ces besoins et attentes - L'exigence liée à l'importance du détail, propre au secteur du luxe, est une connaissance acquise



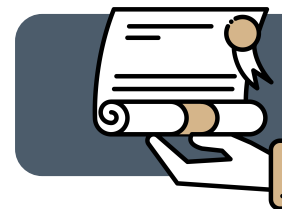
Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C3 / Accueillir et prendre en charge la clientèle en respectant les principes et codes du savoir-vivre, de manière à inscrire le séjour du client dans une perspective d'excellence émotionnelle et sensorielle	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS1) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes communiqués par l'évaluateur/l'évaluatrice), le candidat / la candidate doit déployer une démarche d'accueil auprès d'un /d'une client(e), et mettre en œuvre les éléments d'une présentation professionnelle d'excellence dans cet établissement relevant du secteur haut-de-gamme ou luxe</p>	<p>Le candidat/la candidate a intégré les techniques d'accueil liées au secteur haut de gamme et luxe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il/elle met en œuvre sa démarche d'accueil de manière agréable et élégante - Il/elle choisit des mots forts qui traduisent la notion de luxe, de qualité, qui sont en congruence avec les attentes implicites de cette typologie de clientèle - Il/elle adapte son langage et sa posture aux besoins spécifiques de son client / de sa cliente - Il/elle fait montre de politesse, il/elle regarde son client / sa cliente - Il/elle personnalise la relation client, pour la rendre chaleureuse et donner une première impression d'excellence et faire en sorte que le client / la cliente se sente reconnu(e), unique et privilégié(e) - il/elle remercie le client/la cliente en fin d'interaction
C4 / Recueillir les besoins du client au téléphone en adoptant un comportement verbal et para-verbal irréprochables, afin de répondre à ses besoins de manière efficace et de donner une première image d'excellence d'un établissement relevant du secteur haut-de-gamme ou luxe	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS2) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes communiqués par l'évaluateur/l'évaluatrice), le candidat / la candidate doit déployer une démarche d'accueil au téléphone auprès d'un /d'une client(e), et mettre en œuvre les éléments d'une présentation professionnelle d'excellence dans cet établissement relevant du secteur haut-de-gamme ou luxe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate met en œuvre sa démarche d'interaction téléphonique de manière courtoise et rassurante, en choisissant une intonation de voix maîtrisée, sans être agressive - Il/elle donne des informations claires, formulées positivement - Il/elle adopte un débit de parole fluide, posé - Il/elle arbore un sourire qui « s'entend » - Il/elle fait preuve de patience - Il/elle s'adapte aux éléments de communication de son interlocuteur - Il/elle pose les questions ouvertes qui lui permettent de recueillir de manière efficace les besoins du client / de la cliente - Il/elle valorise son interlocuteur / son interlocutrice - Il/elle traite la demande du client avec efficacité, obtenant sa satisfaction - Il/elle remercie le client en fin de communication

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
<p>C5 / Adapter ses éléments de communication verbales et non verbales en fonction de la culture de son client, pour communiquer efficacement et avec excellence avec des personnes de culture différente, en mobilisant ses connaissances en interculturalité</p>	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS3) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes communiqués par l'évaluateur/l'évaluatrice), le candidat / la candidate doit déployer une démarche d'accueil d'un client de culture différente. Le choix du pays / culture du client est à l'appréciation des évaluateurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate met en œuvre sa démarche d'accueil en respectant les règles de politesse adaptées à la culture de son client - Il/elle utilise un vocabulaire et des expressions appropriés - Il/elle ne transgresse pas les « tabous » comportementaux liés à la culture de son interlocuteur - Il/elle propose des services ou des produits qui sont appréciés de son interlocuteur - Il/elle fait preuve de patience, d'empathie - Il/elle garde son approche tout en discrétion, propre au luxe, même si le client adopte d'autres modes de communication plus extravertis
<p>C6 / Présenter l'offre de produits et de services de son établissement à un client, dans le cadre d'une recherche de développement du profit de l'établissement, afin de déclencher un processus d'achat d'impulsion ou remémoré, par la découverte des besoins implicites du client</p>	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS4) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes communiqués par l'évaluateur/l'évaluatrice), le candidat / la candidate doit déployer une démarche de vente d'un produit ou d'un service d'un établissement relevant du secteur du luxe, auprès d'un client fictif de son établissement. La méthode attendue qui devra être déployée est celle des « 4C » (« Connaitre » - « Comprendre » - « Convaincre » - « Conclure »)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate a intégré les caractéristiques de l'intégralité de l'offre (services, produits, prestations) de son établissement - Il/elle restitue la complétude des avantages et bénéfices clients liés à cette offre - Il/elle privilégie des questions ouvertes en début d'entretien, s'inscrivant ainsi dans l'étape du « connaitre » - Il/elle formule ses propos en choisissant systématiquement des tournures positives - Sa gestuelle traduit une volonté d'écoute active - La communication non-verbale est avenante et élégante - Le candidat/la candidate n'a pas d'a priori relativement à son interlocuteur et quant à la présentation de son offre

Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères	
C7/ Pratiquer l'écoute empathique des propos du client dans l'étape d'argumentation, de manière à le convaincre, en faisant usage des techniques rhétoriques adaptées au secteur du luxe		<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate n'interrompt pas le client qui peut ainsi librement s'exprimer - Il/elle s'inscrit dans une démarche d'écoute empathique, qui se traduit dans sa gestuelle et sa posture - Il/elle met en œuvre des techniques de reformulation, s'inscrivant ainsi dans l'étape du « Comprendre » puis dans l'étape du « Convaincre » - Les produits et/ou services sont présentés en mettant en avant les avantages et les bénéfices qu'ils représentent pour le client - Le ton de voix et le débit de parole sont adaptés - La communication non-verbale est avenante et élégante - Le candidat/la candidate évite soigneusement de tomber dans le piège des interprétations 	
C8/ Répondre aux objections fondées ou non fondées de son client, dans le cadre de la finalisation de l'acte de vente, afin de conclure la vente, en utilisant des éléments de langage adaptés au secteur du luxe		<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate identifie la nature de l'objection - Il/elle fait preuve de patience, et s'adapte au niveau de compréhension du client - Il/elle traite les objections de son client de manière objective, en fonction de leur nature, sans se départir de son self-control - Il/elle fait preuve d'humilité dans ses propos - Le client est conforté dans son choix - Le client est remercié, même s'il n'a pas acheté le service ou la prestation 	



Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
<p>C9 / Détecter les signes avant-coureur d'un conflit afin d'y remédier de façon réactive et constructive, en mettant en pratique les bases de la médiation et de l'assertivité</p>	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS5) Lors de cette mise en situation en deux temps (scénario et consignes communiqués par l'évaluateur/l'évaluatrice), le candidat / la candidate doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dans un premier temps, déployer une démarche de gestion d'une situation conflictuelle (C9) avec un client fictif. - dans un second temps, une fois cette interaction achevée, proposer un plan d'action à sa hiérarchie pour pallier le type de problématique évoquée par le client, s'inscrivant ainsi dans une démarche d'amélioration continue (C10) 	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate écoute la réclamation avec empathie - il/elle n'interrompt pas le client qui peut ainsi librement s'exprimer jusqu'à ce qu'il le décide - Il/elle s'inscrit dans une démarche de bienveillance, qui se traduit dans sa gestuelle et sa posture - La réclamation, ainsi que l'insatisfaction, sont accueillies avec sérénité - La réclamation est « creusée », mais l'investigation qui est conduite n'alimente pas l'insatisfaction du client - Le candidat/la candidate fait preuve d'assertivité quand il le faut, avec toute l'élégance et la courtoisie propre au secteur du haut de gamme et du luxe - Une solution directe, ou alternative est trouvée - Le candidat/la candidate passe le relais à son/sa collègue, ou à son/sa hiérarchie, s'il/si elle est dans une impasse communicationnelle avec son client - Le candidat/la candidate formule des excuses en son nom, et au nom de son établissement
<p>C10 / Être force de proposition auprès de sa hiérarchie afin de faire progresser le niveau de qualité interne, en relayant les motifs d'insatisfaction collectés, dans le cadre de la démarche d'excellence continue dans un établissement relevant du secteur du luxe</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate identifie et reformule avec objectivité les éléments clés exprimés par les clients, pour les relayer auprès de sa hiérarchie - Il/elle argumente ses propos auprès de sa hiérarchie, et propose un plan d'actions simple pour contribuer à la qualité de son établissement - Il/elle sélectionne les outils et méthodologies adaptés à son plan d'actions - Il/elle explicite clairement leur mise en œuvre



Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
<p>C11 / Mettre en œuvre une communication digitale d'excellence avec la clientèle, afin de favoriser la fidélité de ses clients, par l'envoi de courriels personnalisés respectant les canons du savoir-vivre professionnel</p>	<p>Étude de cas N°2 (EC2) Une étude de cas orale est proposée au candidat / à la candidate, sur la base de l'étude d'un cas (établissement réel ou reconstitué).</p> <p>À partir d'un ensemble de documents mis à disposition, et de consignes contextualisant la situation, le candidat / la candidate doit rédiger un courriel qui sera adressé à un client/une cliente venant de prendre congé de l'établissement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le courriel est bien structuré, il est agréable à lire - Les règles orthographiques et grammaticales sont respectés - La formule de politesse, en début de message, est appropriée et courtoise - La formulation générale est élégante - Le candidat/la candidate ne rédige pas ses phrases en majuscule - Il/elle ne traite que d'un sujet dans le mail, évitant ainsi de surcharger son courriel, pour en favoriser la portée et l'impact - Il/elle ne redemande pas une réponse précédemment envoyée (marque de désorganisation) - Le client est remercié en fin de courriel - La formule de politesse, en fin de message, respecte les bases du savoir-vivre à l'écrit
<p>C12 / Répondre aux observations négatives ou neutres déposées par la clientèle sur les réseaux sociaux, dans le cadre de la prise en compte des avis clients, afin de préserver et renforcer la réputation de son établissement en mobilisant ses savoirs relatifs à la courtoisie et au savoir vivre dans l'univers du luxe</p>	<p>Étude de cas N°3 (EC3) Une étude de cas orale est proposée au candidat / à la candidate, sur la base de l'étude d'un cas (établissement réel ou reconstitué).</p> <p>À partir d'un ensemble de documents mis à disposition (verbatim d'observations déposées par des clients, neutres et négatifs), le candidat / la candidate doit établir des réponses qui seraient destinées à être publiées sur le même réseau social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat/la candidate accueille l'observation avec courtoisie et bienveillance - Les règles orthographiques et grammaticales sont respectés - La réclamation du client est reformulée sans être mal interprétée - Le candidat/la candidate apporte des éléments factuels qui redonnent le cadre de la situation - Une solution est proposée au client pour redonner une dynamique à la situation, lorsque l'observation déposée par le client est négative - Le client est remercié en fin de réponse