

THEMATIQUE : FAIRE EVOLUER LE SERVICE EN SALLE PAR LA RELATION CLIENTELE

NIVEAU : Initial Perfectionnement

DUREE : 2 journées = 14 heures.

LIEUX & DATES : En inter entreprise

PUBLIC : Personnel de salle.

PRE-REQUIS : Aucun

TYPE D'ACTION : Acquisition des connaissances

INTERVENANT : Bernard MICHAUD.

LES COMPETENCES GLOBALES VISEES :

L'objet de la formation est de permettre à des personnels de maîtriser les fondamentaux de la qualité relationnelle au restaurant. La relation humaine, dans le cadre du tourisme social, doit se vivre avec la notion de lien. A cet égard, le lien social au restaurant, la qualité d'un accueil et les connaissances sur les produits suppose de posséder des atouts de valorisation, des manières de recevoir et d'activer des processus d'accueil. La formation développe une forte capacité à tenir et maintenir le lien social et à valoriser la production culinaire.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- **Développer le processus d'accueil et activer le principe de la démarche active dans la relation à l'autre**

Contenus spécifiques

- Etymologie du mot « accueil » et éclairage sur la fonction d'accueil
- Le principe de la démarche active, le processus d'accueil comme fondement de la relation continue
- Les caractéristiques de l'accueil en restauration, la prise en compte de la notion de plaisir (socio-plaisir et physico-plaisir) en restauration
- Principe de neutralité bienveillante
- Accueil et éthique

- **Mettre en œuvre et appliquer « l'orientation client »**

Contenus spécifiques

- Langage expérientiel
- Compréhension de la triangulaire « organisme social, client, personnel »
- Attitude orientée client

- **Comprendre la nature des clients et les différents profils de segment**

Contenus spécifiques

- Les différentes catégories de client et leurs caractéristiques spécifiques
- Identifier les clientèles difficiles, atypiques, voire atabilaires – les conduites à tenir devant les cas difficiles
- Les comportements attendus, les erreurs à éviter en fonction de la segmentation

- Les comportements liés à l'appropriation du lieu (espace, table) : « place attachment », « place identity », c'est-à-dire « le processus d'appropriation et les problématiques qui y sont associées en restauration »
- L'enjeu de la logique expérientielle en restauration : pourquoi l'accueil et la notion de service sont si importants dans le regard du client : précision sur les aspects sociologiques et sur l'analyse des comportements et attitudes des clients actuellement (année 2010 à 2014)
- **Repérer les actes de qualité ou de non-qualité en restauration**
Contenus spécifiques
 - La qualité attendue, la qualité voulue, la qualité réalisée, la qualité perçue
 - Voyage au cœur de la qualité – trilogie du repas (l'avant, le pendant et l'après... compréhension de l'imaginaire client)
 - Qualité de la prestation, qualité de l'expérience vécue, qualités des supports physiques, qualité de la relation
 - Les actes congruents et les actes non-congruents dans le cadre de la qualité de service
 - Inventaire des erreurs courantes – analyse des pratiques ruineuses et porteuses dans le cadre de la qualité de service
- **Valoriser les produits et par le langage et le choix des mots, valoriser les mets et valoriser leur consommation**
Contenus spécifiques
 - Des mets et des mots – comprendre l'articulation entre parole et nourriture
 - Le principe de qualification des produits et comprendre l'impact de la parole pour valoriser une consommation (les mots du dégoût, les mots du goût)
 - Le vocabulaire sensoriel (description des buffets, des cartes, des produits du terroirs, des recettes, etc.)
 - Savoir dire les saveurs – le mécanisme de la flaveur
 - Les manières de parler de la production culinaire (vision expérientielle, processus de fabrication, argumentation poétique, argumentation par les ingrédients, argumentation culturelle, etc.)
 - Le poids des mots et l'inégalité de l'expression par le langage... « *Détenir le mot, c'est détenir le sens et la justesse d'une cause* » (Gaston BACHELARD)
- **Créer par le lien social une relation riche et empreinte d'une convivialité permanente**
Contenus spécifiques
 - Le lien social, éloigné de l'affect et du lien affectif, mais tenu par les lois dites de proximité et de convivialité
 - Création du lien, les manières d'observer un client
 - Le principe de reconnaissance et les reconnaissances multiples en restauration – pourquoi la personnalisation est tant désirée ? Réflexion sur l'individualisme actuel, sur le « *parlez-moi de moi, il n'y a que ça qui m'intéresse !* »

METHODES D'ANIMATIONS ET APPROCHE PEDAGOGIQUE

L'approche pédagogique proposée est issue des meilleures pratiques professionnelles dans le cadre de l'accueil et de la valorisation des produits. Le formateur, spécialiste en formation continue et expert international dans le cadre de la coopération européenne, intervient régulièrement sur cette thématique en développant des modèles concrets de mise en œuvre. L'analyse de la pratique par la combinaison de jeux de rôle est la méthode

la plus enrichissante puisqu'elle permet de prendre conscience de la nature même du rôle du manager et de percevoir les axes de progrès.

Utilisation des méthodes démonstrative, heuristique et applicative. Alternance d'apports conceptuels et de mises en pratique, avec des points forts :

- La pédagogie est basée sur une interaction permanente entre les participants et le formateur
- La mise en situation (jeux de rôles et mise en place de l'analyse des pratiques) : les cas concrets
- Le formateur met les participants le plus possible en activité, grâce à des S.R.P. (Situation à Résolution de Problème). C'est une pédagogie par l'action. Les apprenants devront « jouer » des scènes de la vie courante dans le cadre de leur activité
- L'objectif, pour le formateur, est de garantir un corpus de connaissances pour l'ensemble des apprenants. Si les pratiques sont diverses, chacun doit pouvoir regarder sa propre pratique à la lumière des concepts, chacun doit pouvoir se situer et jauger rapidement sa capacité « à accueillir, à vendre et à mettre du lien social »
- « La théorie, c'est quand on sait tout et que rien ne fonctionne. La pratique, c'est quand tout fonctionne et que personne ne sait pourquoi »
- Le formateur utilise l'outil « vidéo afin de restituer « en effet miroir » les réalités des apprenants, des extraits de films (tirés du cinéma) et des vidéos diverses – nous précisons que pour des raisons éthiques nous respectons le souhait des participants en ce qui concerne l'outil vidéo (à ne pas être filmé) : les commentaires seront effectués sans cet outil

SUPPORT DE FORMATION :

L'intégralité du diaporama et les outils étudiés durant la formation sont remis à chaque participant sur une clé USB.

PROGRAMMATION SUR LES 2 JOURS DE FORMATION :

1^{ère} journée	
9 h00 à 9 h 30	Présentation des apprenants, présentation de l'intervenant, présentation des objectifs de formation, les attentes des participants, les modalités pratiques du séminaire
9 h 30 à 12 h 30 Pause de 15 minutes (10 h 45 à 11h)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluation diagnostic : quelles sont les connaissances et/ou compétences des apprenants ▪ Développer le processus d'accueil et activer le principe de la démarche active dans la relation à l'autre ▪ Exposé du formateur et échanges interactif avec les apprenants
Pause déjeuner	
14 h à 17 h 30 Pause de 15 minutes (16 h à 16 h 15)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérer les actes de qualité ou de non-qualité en restauration ▪ Créer par le lien social une relation riche et empreinte d'une convivialité permanente ▪ Exposé du formateur et échanges interactif avec les apprenants ▪ Exercices d'application sur la thématique de l'accueil
2^{ème} journée	
9 h à 10 h 45 Pause de 15 minutes (10 h 45 à 11h)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en œuvre et appliquer « l'orientation client » ▪ Exercice d'application sur le langage expérientiel
11 h à 12 h 30	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la nature des clients et les différents profils de segment ▪ Exposé du formateur et échanges interactif avec les apprenants
Pause déjeuner	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valoriser les produits et par le langage et le choix des mots, valoriser les mets et valoriser leur consommation

14 h à 17 h 30 Pause de 15 minutes (16 h à 16 h 15)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la nature des clients et les différents profils de segment ▪ Exposé du formateur et échanges interactif avec les apprenants ▪ Exercice et jeux de rôles sur la valorisation des produits
16 h 15 à 17 h 30	Evaluation sommative – débriefing final – évaluation à chaud

EVALUATION DE L'ACTION DE FORMATION

L'organisme de formation AEFÉ effectue 5 types d'évaluation :

Evaluation diagnostic : au démarrage de l'action – l'objet est de sonder les connaissances des apprenants sur les techniques d'accueil, de l'orientation client et des fondamentaux de la relation en restauration : que savent-ils et quelles sont leur représentation et leur approche actuelles ?

Evaluation formative : réalisée en cours de formation – c'est par le questionnement et des petits tests que s'effectue cette évaluation. Elle permet ainsi de rectifier ou de corriger quelques incohérences ou quelques erreurs dans leur manière de vivre la relation d'accueil et/ou l'animation du lien social

Evaluation sommative : réalisée à la fin de la 2^{ème} journée – il s'agit d'un document à compléter où chaque apprenant identifie les concepts acquis, c'est en quelque sorte la somme des acquisitions

Evaluation dite « à chaud » : l'apprenant doit remplir un document relatif à son opinion sur la formation reçue.

Evaluation sur les retombées réelles dans le milieu du travail : trois à quatre mois après l'action de formation un formulaire est adressé à l'établissement de tourisme pour déterminer les retombées de l'action de formation. Ce document est adressé à la Direction générale (formulaire n° 1) et au participant (formulaire n° 2).

ARGUMENTATION DES CHOIX PEDAGOGIQUES ET RAPPROCHEMENT AVEC UN MODULE DU MASTER « HÔTELLERIE, TOURISME et LOISIRS »

Le choix pédagogique est issu d'une longue observation et de nombreuses interventions dans le milieu de la restauration (classique, associative (VACANCES BLEUES ou LES VILLAGES CLUBS DU SOLEIL), gastronomique, etc.). En effet, les meilleures pratiques sont connues et reconnues et le programme proposé est donc le fruit d'une véritable démarche engagée il y a plus de trente ans par l'intervenant dans le domaine de la qualité en restauration. Les éléments abordés font également référence à des travaux dans le domaine du marketing expérientiel et le tourisme social n'échappe pas aux évolutions et aux avancées expérientielles. L'ensemble du programme de formation est également développé à l'université IAE de CHAMBERY/JACOB BELLECOMBETTE (SAVOIE) par l'intervenant Bernard MICHAUD dans le cadre du master TOURISME, HÔTELLERIE, LOISIRS : module « Approche consommateur ».

Nous tenons également à insister sur la notion de qualité en formation. A cet égard, la qualité se situe sur les plans suivants :

- Déontologique et éthique : confidentialité, respect inconditionnel de l'apprenant, respect de la demande et des attentes, respect sur les difficultés d'apprentissage, etc.
- Parcours de l'intervenant : le formateur, spécialiste du tourisme depuis plus de 35 ans, a particulièrement travaillé avec des acteurs du tourisme social de 2002 à 2005 (Association de Développement de la Promotion Sociale) – il est également chargé de cours à l'IAE CHAMBERY/JACOB BELLECOMBETTE (SAVOIE). De plus, l'intervenant est le créateur du module « des mets et des mots » élaboré pour les « grandes tables françaises » en lien avec le groupe Relais & Châteaux
- Intervention pédagogique : les formations sur l'accueil ont été dispensées dans de très nombreuses entreprises touristiques diverses et nous nous engageons dans une démarche qualité sur le plan

pédagogique. A cet égard, l'organisme AEFE présente actuellement son dossier dans le cadre de la qualification OPQF.

- Relation entre les partenaires, les entreprises, les OPCA et l'organisme de formation AEFE : nous tenons particulièrement à honorer l'ensemble de nos engagements et à créer une relation de collaboration avec les acteurs des différents dispositifs de formation