

---

NOUVELLE COLLECTION

---

# ASFOPRESTIGE

---

Formation  
& Conseil

P A R I S

“LES  
DÉTAILS FONT  
LA PERFECTION  
& LA PERFECTION  
N'EST PAS UN DÉTAIL”

L É O N A R D D E V I N C I

## Au Programme

---

ASFOPRESTIGE est heureux de vous présenter ce programme de formations sur-mesure, conçues comme autant de réponses opérationnelles aux enjeux spécifiques de l'hôtellerie et la restauration haut de gamme.

Basé sur des outils exclusifs, notre programme s'appuie notamment sur :

- La qualité de nos intervenants, experts reconnus dans leurs domaines de compétences respectifs, en France et à l'étranger ;
- La dimension opérationnelle des formations proposées, à destination des managers et/ou du personnel en contact avec la clientèle ;
- La flexibilité de nos modules, entièrement personnalisables : formations sur site, programmes sur-mesure, accompagnement et suivi des équipes.

## Les Collections

---

EXCELLENCE *I* SERVICE

BONNE ATTITUDE CLIENT *II*

SÉDUCTION & ÉMOTION CLIENT *III*

SPA & BIEN-ÊTRE *IV*

# EXCELLENCE

## S E R V I C E



La politesse, l'élégance, le savoir-vivre à la française font partie de notre patrimoine vivant, attirant chaque année une clientèle du monde entier. Toutefois, ces codes de bonnes manières ne sont pas toujours maîtrisés par les professionnels eux-mêmes. Fort de ce constat, ASFOPRESTIGE a développé la collection « Excellence Service », dédiée à l'hôtellerie et la restauration haut de gamme.

## INCARNER LES CODES DE L'EXCELLENCE ET DU SAVOIR-VIVRE

*Le raffinement du service à la française*

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre l'importance du savoir-vivre dans le travail et sa plus-value face à une clientèle internationale VIP ;

Savoir anticiper les exigences implicites du client en matière d'excellence, d'élégance et de politesse ;

Faire adhérer votre personnel aux valeurs de l'hôtellerie et de la restauration de prestige.

*En s'appropriant les codes du raffinement et les valeurs de l'Excellence Service, vos équipes deviennent les meilleurs ambassadeurs de votre image de marque. Le savoir-vivre est un code qui s'apprend !*

### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Qu'est-ce que l'Excellence Service, du point de vue de l'étiquette et du protocole, du savoir-vivre et de la galanterie ?
- Les codes à maîtriser dans l'hôtellerie de prestige ;
- Les valeurs humaines associées au savoir-vivre ;
- Les attentes de la clientèle en termes de savoir-être du personnel ;
- Langage, conversation et politesse verbale : les mots et expressions à privilégier, posture de la voix et débit ;
- Le bon comportement face au client : un ensemble d'attitudes à adopter, des erreurs à éviter.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## FORMATION 1.2

### MAÎTRISER L'ART DE LA TABLE ET DU SERVICE

*Le soin du détail qui fait la différence*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer les codes de l'art de la table dans la gastronomie de prestige ;
- Mesurer l'impact de « l'élégance service » dans l'expérience client ;
- Sensibiliser vos équipes à l'importance des détails qui font la différence en matière de service.

*Face à la concurrence, un service d'excellence  
est un atout indispensable pour faire la différence.  
C'est également un élément incontournable  
pour fidéliser la clientèle de votre établissement.*

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Qu'est-ce que l'Art de la table ?
- Les règles de la mise de table et les protocoles du service à respecter ;
- Les formules de politesse à privilégier lors de la prise de commande et présentation des plats ;
- Les attentes et la psychologie émotionnelle du client lors de la découverte des plats ;
- Les bons mots qui « parlent, touchent et sentent » ;
- L'attention aux détails qui font la différence : gestuelle et élégance service.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## FORMATION 1.3

### SAVOIR-FAIRE ET SAVOIR-ÊTRE DU MAJORDOME

*L'art d'exceller dans la discrétion*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mieux connaître les exigences d'une clientèle VIP quant au service d'un majordome ;
- S'approprier les connaissances et outils du majordome pour offrir un service d'excellence ;
- Développer les compétences de votre personnel opérationnel en termes de savoir-faire, savoir-être et satisfaction client.

*En créant une atmosphère favorable, grâce à un service  
personnalisé associant diplomatie et discrétion  
votre personnel contribue efficacement à satisfaire  
les exigences de votre clientèle VIP.*

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Qu'est-ce qu'un Majordome ?
- Les principales valeurs et qualités prescrites / ce qu'il faut proscrire ;
- La discrétion et le respect du secret professionnel ;
- Le bon maintien et tenue face au client ;
- L'esprit de service, les règles du savoir-vivre et de la préséance ;
- Les protocoles internationaux ;
- La diplomatie et la satisfaction du client exigeant : l'art de ne jamais dire « non ».

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel hôtelier

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

# BONNE ATTITUDE

C L I E N T



Clientèle nationale ou internationale, séniors ou juniors : il n'y a pas un mais des clients à satisfaire chaque jour, en tenant compte des codes, attentes et spécificités de chacun. C'est dans cette perspective qu'ASFOPRESTIGE a conçu la collection « Bonne Attitude Client », centrée sur les enjeux de l'accueil intergénérationnel et interculturel dans l'hôtellerie et la restauration haut de gamme.

## • FORMATION 2.1 •

### JUNIOR / SÉNIOR : MIEUX SERVIR SA CLIENTÈLE

*L'âge du client, un élément-clef du service*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Optimiser l'accueil et le suivi de la clientèle junior (enfants, adolescents) et/ou sénior ;

Définir des stratégies répondant aux spécificités de cette clientèle pour mieux contribuer à leur fidélisation ;

Sensibiliser vos équipes aux attentes, plaisirs et exigences de la clientèle junior et/ou sénior.

*Dans le domaine du luxe, la Bonne Attitude Client, c'est l'art d'adapter son accueil à chaque interlocuteur. Les juniors comme les séniors sont de véritables leviers de la relation commerciale !*

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

##### CLIENTÈLE JUNIOR

- Les profils et comportements de la clientèle junior ;
- La psychologie de l'enfant « client » et de ses parents ;
- La personnalisation de l'accompagnement des juniors : luxe et émotions ;
- Les produits et services à développer pour la fidélisation de la clientèle junior.

##### CLIENTÈLE SÉNIOR

- Les profils et valeurs de la clientèle sénior : sens du détail, « service d'antan » ;
- Les implications d'un personnel jeune face à des clients séniors ;
- Les outils à développer pour répondre aux demandes spécifiques séniors ;
- Les critiques fréquentes des séniors VIP et les solutions à apporter.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## FORMATION 2.2

### ACCUEIL INTERCULTUREL : OFFRIR UN SERVICE ADAPTÉ À SES CLIENTS ÉTRANGERS

*Afrique, Amériques, Asie, Europe, Moyen-Orient :  
des spécificités culturelles à intégrer*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mieux comprendre les attentes de la clientèle étrangère haut de gamme ;
- Contribuer à la fidélisation de la clientèle internationale pour qu'elle devienne acteur dans la promotion de votre établissement ;
- Sensibiliser vos équipes à la dimension interculturelle du service pour mieux satisfaire vos hôtes internationaux.

*La prise en compte des codes et spécificités culturels de votre clientèle étrangère est essentielle pour garantir un service d'excellence. Quelles que soient ses origines, votre client doit se sentir attendu et compris !*

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- « Interculturel » - de quoi s'agit-il ? ;
- La France vue par nos clients internationaux ;
- Les comportements et attentes de la clientèle étrangère (Arabie Saoudite, Brésil, Chine, États-Unis, Japon, Russie, etc.)
- Les « faux pas culturels » à éviter (proximité, non verbal, superstitions) ;
- Empathie, ouverture et respect face aux différences culturelles ;
- Les techniques de communication efficaces pour éviter les malentendus.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## FORMATION 2.3

### CHOC CULTUREL : GÉRER LES CONFLITS AVEC LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

*Afrique, Amériques, Asie, Europe, Moyen-Orient :  
la compréhension, base de la relation client*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Sensibiliser vos équipes aux conflits et plaintes récurrentes de la clientèle étrangère ;
- Prévenir les critiques et anticiper sur les conflits face à une clientèle internationale ;
- Faire face et gérer les plaintes de façon constructive pour l'image de marque de votre établissement.

*La survenue d'un conflit avec la clientèle étrangère est d'autant plus difficile à gérer que le problème n'est pas forcément compris. Il existe pourtant des outils efficaces pour désamorcer ces situations de façon constructive.*

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Les différentes valeurs culturelles et leur impact ;
- L'origine des plaintes et des conflits possibles ;
- Les différents profils type de clients ;
- Les spécificités des plaintes en fonction des cultures ;
- Les étapes du « choc culturel » des clients étrangers ;
- Les outils de gestion des plaintes et des conflits avec la clientèle étrangère.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

# SÉDUCTION

## É M O T I O N C L I E N T



Pour fidéliser une clientèle toujours plus exigeante et volatile, offrir un service de qualité implique de savoir prendre en compte l'Expérience Client, c'est-à-dire la dimension implicite du ressenti de vos hôtes. Parce que l'émotionnel est la seule dimension à même de laisser un souvenir inoubliable à votre clientèle, ASFOPRESTIGE a développé la collection « Séduction et Émotion client », basée sur des méthodes pédagogiques sur-mesure.

## DÉPASSER LES ATTENTES DES CLIENTS POUR CRÉER PLAISIR ET ÉMOTION

*Au delà de la satisfaction,  
l'Enchantement de chaque Client*

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Sensibiliser les équipes à l'importance de la sphère émotionnelle dans l'expérience vécue par le client ;

Maîtriser la dimension relationnelle du service ;

Instaurer un climat de confiance et développer sa capacité d'improvisation pour personnaliser la relation client.

*L'Expérience Client Personnalisée est fondamentale pour établir une relation durable et privilégiée avec la clientèle des établissements de prestige. Dans les moments de vérité, mettons l'émotion au service de la relation !*

### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Les moments clés de l'Expérience Client ;
- Le climat favorable pour une relation de confiance, privilégiée et unique avec chaque client ;
- Les clés de l'écoute active pour synchroniser sa posture avec le ressenti client ;
- L'importance du langage para-verbal et non-verbal ;
- L'état d'esprit « Expérience Client » et l'art de porter attention au bien-être de chaque client ;
- Gestion de l'imprévu : développer sa flexibilité comportementale, pour tirer parti de l'imprévu.

## Collections

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## L'ENCHANTEMENT CLIENT : UN ÉTAT D'ESPRIT COLLECTIF À DÉVELOPPER

*L'influence du manager dans l'Expérience Client*

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comprendre l'impact des pratiques managériales sur la motivation des collaborateurs et leur mobilisation pour satisfaire les clients ;

Renforcer l'esprit d'équipe ;

Travailler sur l'engagement des équipes pour créer une relation unique avec chaque client, un vécu émotionnel, une expérience client réussie.

*Si l'engagement collectif des équipes est la clef de l'Enchantement Client, le Manager a une influence déterminante en amont de cette Expérience, par l'état d'esprit positif et soudé qu'il peut insuffler à ses collaborateurs.*

### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Ambiance et valeurs : ce qui se vit à l'intérieur, ce que captent les clients sur l'équipe ;
- Les fondamentaux du management différencié : besoins individuels et collectifs ;
- Les « irritants opérationnels » à identifier pour optimiser le travail et la synergie au sein de l'équipe ;
- Motivation et progression des équipes ;
- La collaboration entre collaborateurs et le partage des bonnes pratiques ;
- Le climat favorable pour animer une équipe soudée et synchronisée, capable d'enchanter les clients.

**PUBLIC CONCERNÉ** Manager, chefs d'équipe de tous niveaux

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## DE L'IMAGE DE SOI À L'IMAGE DE MARQUE

*L'élégance au cœur du service*

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Identifier et s'approprier le pouvoir de l'image, ses enjeux ;

Maîtriser son apparence globale, son allure, sa gestuelle, par l'intégration des codes de la distinction et de l'élégance ;

Traduire et transmettre les valeurs de la marque par l'image.

*Vos équipes sont les premiers vecteurs de communication de votre établissement. Tenue, gestuelle et maquillage adaptés : grâce à des conseils personnalisés, délivrés par des professionnels de l'image, le message passe !*

### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Le dress code professionnel : analyse morphologique, test colorimétrique ;
- Le langage des tissus, matières, motifs et imprimés ; le rôle des accessoires ;
- L'entretien de la tenue professionnelle (lavage, repassage, cirage, etc.)
- L'expression corporelle : l'art de la communication non verbale ;
- Cosmétologie : l'hygiène et soin de la peau, leçon de maquillage naturel ;
- La coiffure : morphologie visage, typologie des cheveux, auto-coiffage.

**PUBLIC CONCERNÉ** Personnel opérationnel, Manager en contact avec la clientèle

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures



Si le Spa tend à devenir la prestation incontournable des établissements haut de gamme, la connaissance de ce nouveau métier est indispensable pour rentabiliser les investissements qu'il implique. C'est pourquoi, ASFOPRESTIGE a développé cette collection « Spa et Bien Être », portée par un objectif directement opérationnel.

## EXPLOITATION D'UN SPA

*Maîtriser les techniques de gestion et management*

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les outils de management, gestion et exploitation du Spa ;
- Etablir des tableaux de bord efficaces pour pouvoir suivre ses indicateurs de rentabilité ;
- Bien communiquer sur les prestations du Spa.

*Aujourd'hui, le Spa est devenu un outil de différenciation majeur pour les établissements de prestige. Or, la maîtrise de certains outils de gestion s'avère indispensable pour rentabiliser ces trois lettres !*

### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Gestion technique : normes d'hygiène et de sécurité, entretien et maintenance des équipements et des locaux ;
- Gestion : indicateurs comptables, seuils de rentabilité, Yield Management ;
- Stratégie tarifaire : forfait, packages et communication ;
- Politique RH : profils de poste, planification des équipes, gestion de l'occupation des cabines et des pics de fréquentation ;
- Management des équipes : motivation et fidélisation du personnel ;
- Marketing : outils de fidélisation, promotion des ventes, webmarketing et partenariats.

**PUBLIC CONCERNÉ** Responsable hôtelier, Spa Manager.

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures

## 4.2 FORMATION

### BIEN-ÊTRE, DÉTENTE ET SOIN

*Savoir accueillir une clientèle VIP*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Savoir accueillir et prendre en charge une clientèle VIP, pour répondre à ses attentes en matière de soin, de valorisation et de détente.

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Le client Spa d'un hôtel de luxe : profil, motivations, attentes ;
- Les règles d'or de l'accueil VIP (en Français et en Anglais) : ton à adopter, mots à bannir ; l'écoute analytique et l'écoute active ;
- Mise en valeur du point de vente : ambiance, éclairage, senteur, présentation des produits.

## 4.3 FORMATION

### TECHNIQUES DE VENTE

*L'art de vendre un produit Spa*

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Animer et développer avec élégance le chiffre d'affaire du Spa, notamment grâce aux ventes additionnelles.

#### ÉLÉMENTS DU PROGRAMME

- Prévente en cabine : diagnostic de peau, ordonnance beauté, démonstrations ;
- Arguments de vente : avantages et offres promotionnelles, augmentation du panier moyen ;
- Animation des ventes : renouvellement de la carte, offres croisées, animation de la boutique et des vitrines...

**PUBLIC CONCERNÉ** Spa Manager, Equipe Spa

**DURÉE DE LA FORMATION** 7 heures par module

## La méthode pédagogique ASFOPRESTIGE : la Formation-Action

Basées sur des outils interactifs et inclusifs, les méthodes pédagogiques ASFOPRESTIGE donnent un rythme participatif à nos formations.

L'alternance des temps théoriques et pratiques favorisent l'émergence des savoirs et leur meilleure intégration par les participants.

Véritables acteurs de leur formation, les participants alimentent les contenus du formateur par leur expertise et leurs expériences vécues.

Cette formation devient la leur et accompagne ainsi leur changement de posture au service de l'Excellence Client.

**TOUTES NOS FORMATIONS SONT ASSURÉES PAR DES EXPERTS  
RECONNUS DANS LEURS DOMAINES DE COMPÉTENCES,  
EN FRANCE ET A L'ÉTRANGER.**

### La touche ASFOPRESTIGE

Afin de répondre au mieux à vos enjeux, nous vous proposons de personnaliser votre programme de formations :

- En amont, observer vos services pour définir ou affiner avec vous le diagnostic de vos besoins et ainsi vous offrir des formations sur-mesure ;
- En aval, accompagner la mise en œuvre opérationnelle des savoirs nouvellement acquis et autonomiser vos équipes.

**Pour recevoir des informations complémentaires,  
établir un programme sur-mesure et obtenir  
un devis personnalisé n'hésitez pas à nous contacter**

**01 42 96 09 27**

**asfoprestige@asforest.com**

# ASFOPRESTIGE

---

4, rue de Gramont 75002 PARIS

## CONTACT

---

01 42 96 09 27  
[asfoprestige@asforest.com](mailto:asfoprestige@asforest.com)