

# 1. La fonction d'accueil dans le tourisme

[rev\_slider\_vc alias= »diapo-2"]

- Valoriser l'image de votre établissement à travers la maîtrise des outils de communication
- Maîtriser l'accueil professionnel en adaptant son comportement et ses attitudes à son public
- Améliorer la relation client en développant une approche service

## **Améliorer ma relation avec mon interlocuteur quelque soit son origine : découvrir et mieux comprendre son ressenti**

- La relation commerciale et la spécificité du service
- Les besoins et attentes des clients : leur hiérarchisation Les éléments frein ressentis par le client
- Les craintes et freins des clients : la solitude, « l'inconnu », la notion de territoire, le rapport de dépendance?
- Comprendre les attitudes clients, satisfaire leurs besoins, les anticiper, analyser les points d'insatisfaction et y remédier

**L'objectivité, condition nécessaire pour une relation de qualité**

- Enrichir mes compétences pour participer à l'image de qualité de l'entreprise : Comprendre mon rôle et ma responsabilité :

L'accueil qui fait la différence : Apprendre à mieux cerner, maîtriser les principes de communication interpersonnelle

La trilogie du savoir

- Le savoir : La connaissance du produit et de son environnement
- Le savoir-faire : Professionnalisme dans son aspect technique et maîtrise des tâches à accomplir pour un service de qualité conjuguant satisfaction et différenciation
- Le savoir-être : Image positive et cohérence avec la prestation de son établissement ou les symboles de la communication et la « Juste Posture »

**Améliorer l'efficacité de l'accueil par la confiance et l'aisance dans mon expression et mon comportement**

- Le dynamisme – La tenue vestimentaire et corporelle Le sourire – Le regard
- La voix – Le vocabulaire – Les mots et formulations

**Apprendre à traiter les remarques et réclamations**

- L'anticipation des attentes, les premiers signes de conflits et les modes de résolution
- Les différents cas de conflits
- Les stratégies de réponse
- Traitement de la « réclamation » du client
- La notion de « carte du monde » : apprendre à dépasser ses propres a priori