



UNE AUTRE IDÉE DU SERVICE

un service



FICHE PRATIQUE / Hôtels - Cafés - Restaurants

Connaître mes clientèles

FOCUS SUR LES SEGMENTS DE CLIENTÈLES TOURISTIQUES



Chaque client est unique. Il mérite donc un service et un accueil personnalisé. Mais, plusieurs catégories de clientèles partagent les mêmes caractéristiques comportementales, donc les mêmes exigences.

Parmi elles, les principales sont : les couples, les familles avec enfants, les seniors, les groupes, les solos. Des catégories faciles à identifier mais plus difficiles à connaître. Voici quelques conseils pour les comprendre et mieux les satisfaire.

BON À SAVOIR

DANS UNE SOCIÉTÉ MARQUÉE PAR L'INDIVIDUALISATION DES COMPORTEMENTS, LE MARKETING DEVIENT UN EXERCICE DIFFICILE. CHAQUE CLIENT REVENDIQUE EN EFFET UN TRAITEMENT SPÉCIFIQUE.



Pour plus d'infos
www.high-hospitality.cci.fr

Vous faites le plus beau métier du monde car vous êtes les premiers ambassadeurs de la destination France !

Votre CCI vous propose de suivre son nouveau programme High Hospitality.

Un programme fait pour vous...

Vous pourrez améliorer votre qualité d'accueil, renforcer vos compétences et celles de vos équipes, et ainsi mieux fidéliser votre clientèle et développer votre activité.

Bienvenue à la High Hospitality Academy !

Les nouvelles familles

Si la famille traditionnelle avec deux parents reste très majoritaire, les familles monoparentales représentent aujourd'hui 17% des familles et pourraient continuer de progresser.

Les familles recomposées sont moins nombreuses mais voyagent souvent avec un nombre d'enfants plus élevé, 4 ou plus.

Ces nouvelles familles élargies auxquelles s'associent parfois les grands-parents, constituent alors de vraies "tribus" qui recherchent plutôt des hébergements de grandes tailles.



Les clientèles gay

Représentant entre 7 et 8% de la population globale, la communauté homosexuelle constitue également une clientèle touristique de première importance avec un pouvoir d'achat d'autant plus solide qu'elle n'a bien souvent pas d'enfants. Selon l'IGLTA - International gay and lesbian travel association- les clientèles gay représenteraient environ 6% du marché touristique mondial et dépenseraient en moyenne 30% de plus que les autres clientèles.

Des dizaines de villes dans le monde se dotent aujourd'hui du label « Gay friendly » afin de démontrer leur bienveillance vis à vis de cette clientèle gay.

LES FAMILLES

Les clientèles qui méritent bien souvent le plus d'attention sont celles qui se déplacent en famille avec enfants. Sécurité, aide, compréhension, prix sont les 4 piliers de l'accueil réussi d'une clientèle familiale.

Quelques conseils pour mieux les satisfaire au restaurant ou à l'hôtel ...

- Proposez des **menus adaptés** pour tous ; pour les enfants, des plats bien présentés à base de légumes séduiront aussi les parents.
- Pensez à proposer des **chaises hautes** et des **rehausseurs** pour les plus jeunes ainsi que des **chauffe-biberons** pour les enfants en bas-âge.
- **Faites patienter les enfants** avec des jeux de table ou des coloriages ou aménagez un espace de jeux sécurisé.
- **Un petit cadeau pour les enfants** à la fin d'un repas ou au départ de votre établissement fait parfois plus plaisir aux parents et tout le monde sera satisfait.
- Pour les familles, privilégiez des **chambres spacieuses** avec différents modes de couchage supplémentaires confortables (lit d'appoint, lit banquette, lit bébé, ...) ; pour les grandes familles vous optez pour des chambres contigües ou communicantes.
- Organisez des **animations qui plairont à toute la famille** : crêpes pour la Chandeleur, chasse aux œufs pour Pâques, petits cadeaux pour Noël, ...
- Proposez un **service de baby-sitting** au cas où les parents souhaitent sortir.
- Pensez à indiquer dans la chambre le **numéro de téléphone d'un médecin** ou d'un pédiatre en cas d'urgence.

LES COUPLES SANS ENFANT

Représentant environ 50% de la population dans la plupart des pays, les couples constituent une clientèle majoritaire qui se soucie avant tout de son bien-être et entend profiter de petits privilèges.

Quelques conseils pour mieux les satisfaire au restaurant ou à l'hôtel ...

- Au restaurant, proposez **une table qui leur permette de s'isoler** afin de préserver leur intimité.
- Mettez sur les **séjours hors période de vacances scolaires**, de courtes durées (1 à 3 nuitées) et si possible sur des thématiques originales incluant découverte culturelle, spectacles, bien-être, dégustations, ...
- **Agrémentez votre offre "duo" d'un brin de romantisme**, en particulier au moment des fêtes comme la Saint Valentin, en offrant un apéritif, un cadeau de bienvenue, un petit déjeuner en chambre, ...
- Si possible, **favorisez leur repos et leur détente**, en évitant une trop grande rigidité sur les horaires pour libérer la chambre.
- En chambre, donnez-leur le choix entre **différentes formules de couchage** (double ou twin).

Les grands-parents : des clients à chouchouter

En bonne santé et dévoués à leurs familles, les seniors sont les baby-sitters favoris des enfants, surtout pendant les vacances. Transformés en grands-parents, ces seniors nécessitent simplement aide, service, compréhension et des distractions pour leurs petits-enfants.

Ils apprécient aussi des offres promotionnelles et, à l'hôtel, des chambres communicantes leur permettant repos et isolement.



Les communautés du web

Liées par une passion commune (musique, sports, patrimoine,...) les nouvelles générations de groupes ne sont pas forcément membres d'une association formelle, comme autrefois ou d'un groupe constitué.

Au contraire, ils forment de plus en plus souvent des groupes éphémères qui, après s'être rencontrés sur le Web autour d'un hobby, cherchent à se rencontrer dans la réalité, à travers un court séjour, une excursion ou un simple repas.

LES SENIORS

La population vieillit et les seniors voyagent de plus en plus. Certains d'entre eux apprécient de bénéficier de petites attentions, en particulier sur le plan de l'accueil et du service.

Quelques conseils pour mieux les satisfaire au restaurant ou à l'hôtel ...

- **L'accessibilité** de votre établissement est importante (ascenseurs, rampes, parking proche, ...) ; si votre établissement ne le permet pas misez sur le service : port de bagages, service voiturier, ... bref, les aider dans leurs déplacements.
- **La sécurité** est primordiale ; veillez à proposer des chambres avec salles de bains équipées de douches avec rampes et tabourets.
- Portez un grand soin à **l'éclairage** dans la chambre ainsi qu'au restaurant.
- Dans la chambre, pensez à indiquer clairement l'adresse et le **numéro de téléphone d'un médecin** en cas d'urgence.
- Sur le plan du **confort**, offrez une literie de qualité, des lits jumeaux, des sièges confortables, une bouilloire avec thé et café en chambre.
- Aménagez **des espaces de repos** extérieurs et intérieurs (climatisés si nécessaire).
- Au restaurant, veillez à ce que **vos menus soient légers**, capables de s'adapter à des régimes alimentaires spécifiques.

LES GROUPES

Les groupes de touristes sont toujours nombreux. De nationalités diverses ou de provenances régionales variées, ils contribuent fortement aux performances commerciales de votre établissement. Mais, les groupes en sont d'autant plus exigeants.

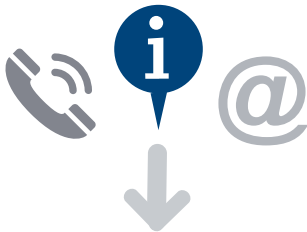
Quelques conseils pour mieux les satisfaire au restaurant ou à l'hôtel ...

- Proposez un **parking pour autocars**.
- A leur arrivée à l'hôtel, prévoyez **un renfort à la réception** pour que chacun puisse rejoindre sa chambre rapidement.
- Pour les accompagnateurs, prévoyez une chambre ou un espace équipé d'un bureau avec **connexion wi-fi**.
- Veillez à la **propreté des toilettes communes** en permanence lorsque le groupe est présent au sein de votre établissement.
- Pour les repas, prévoyez des **espaces ou salles dédiés aux groupes** pour ne pas gêner votre clientèle individuelle.
- Offrez des **menus rapides à servir** ; ils ont bien souvent un temps limité notamment pour les déjeuners.
- **Regroupez les chambres** de votre groupe dans une même zone de l'hôtel.
- Montrez vous **coopératif en matière d'animation** et n'hésitez pas à en organiser.
- Si vous le pouvez, personnalisez votre établissement "aux couleurs" du groupe que vous recevez sans que cela soit trop gênant pour votre clientèle individuelle - pour cela, misez sur une **signalétique adaptée**.
- Pour la clientèle d'affaires, équipez impérativement vos **chambres avec une connexion wi-fi gratuite**.
- Au départ, proposez **un service bagagerie** et quelques chambres mises à disposition du groupe jusqu'à leur départ (surtout pour celles et ceux qui souhaitent se changer ou se doucher).



Les voyageurs d'affaires

Les solos sont souvent des voyageurs d'affaires. Puisqu'en déplacement professionnel, ils sont loin de leur famille et par conséquent susceptibles de se sentir seul... Tout signe de reconnaissance sera donc bienvenu : un apéritif ou autre boisson à l'arrivée, un journal, des codes gratuits pour l'accès Wifi,... Mais, plus que tout, proposez à cette clientèle, un accueil très personnalisé.



Contact CCI France

Laurent Andureau
Chargé de mission Tourisme
l.andureau@ccifrance.fr
01.40.69.37.00

LES SOLOS

Nos sociétés occidentales comptent un nombre grandissant de personnes seules. Et, nous n'en sommes qu'au tout début d'une véritable révolution sociétale. Mieux vaut donc prendre ses dispositions.

Quelques conseils pour mieux les satisfaire au restaurant ou à l'hôtel ...

- Au restaurant, de la même manière qu'il est possible de créer un menu "enfants" ou "couple", proposez un **menu solo** afin d'afficher votre envie de les compter parmi vos clients.
- Laissez-leur le **choix de la table** : ils seront plus à l'aise et cela vous permettra de mieux comprendre leurs attentes. Certains solos souhaiteront plutôt s'isoler, alors que d'autres auront tendance à vouloir échanger...
- Proposez un **service de restauration ou snacking en chambre** à ceux qui ne souhaitent pas prendre leur repas seul.
- Offrez des chambres simples aussi spacieuses que les doubles, **sans supplément single**.
- Faites des promotions de **séjours à forfaits « solos »**, incluant une activité ou une découverte culturelle, sportive, ...

PLUS D'INFOS

Notez ici les éléments clés, essentiels pour votre métier

➔ **MON MÉMO PRATIQUE**