

## T.P MODULE QUALITÉ – MADAME HENRY – 1TS

---

### **PREMIERE PARTIE – Présentation de l'hôtel**

#### **A. Présentation du groupe : Louvre Hôtels et de sa chaîne intégrée : Golden Tulip**

Le groupe Louvre Hôtels a 7 enseignes : *Première Classe, Campanile, Kyriad, Kyriad Prestige, Tulip Inn, Royal Tulip et Golden Tulip*. Ce n'est qu'en 2009 que Louvre Hôtel s'allie à Golden Tulip.

Les hôtels *Golden Tulip et Royal Tulip*, qui sont tous 4 étoiles, sont répartis dans 33 pays depuis 1962. Comme la plupart des hôtels de chaînes intégrées, les normes internationales assurent le confort, mais chaque hôtel reste ancré dans sa région.

Quatre hôtels *Golden Tulip* sont installés à Paris, dont 2 à Opéra, un dans le 3<sup>ème</sup> arrondissement, et un dernier sur les Champs Elysées.

#### **B. L'hôtel sélectionné pour l'entretien téléphonique : Le Golden Tulip Royal Garden – Champs Elysées**



Le Golden Tulip sur les Champs Elysées fut construit en 1989, puis rénové en 2009 après avoir rejoint le groupe Louvre Hôtel. L'établissement est composé de 7 étages et contient 72 chambres (Chambres Standard, Suites exécutives et appartement 2 chambres) au style contemporain.

Les services et aménagements d'une « Chambre Standard » sont les suivants : adaptateurs électriques, baignoire, téléphone dans la salle de bain, lit double, bureau, Accès internet rapide, chambre avec lignes pour modems, détecteurs de fumée, téléphone, thermostat, TV.

Cependant on observe quelques spécificités et suppléments dans les « Suites exécutives » (salon, lit sofa, kitchenette, chambre à coucher, balcon/ Terrasse), ou encore les « Appartement 2 chambres » (Kitchenette, sofa lit, salon, 2 chambres à coucher distinctes).

Par ailleurs, cet hôtel bénéficie d'un emplacement très attractif pour les touristes. Il est situé à proximité de lieux et monuments historiques tels que : la Tour Eiffel, L'Arc de Triomphe, les Invalides, le Musée d'Orsay, l'Eglise Saint Sulpice, le Quartier Latin, le Palais des Congrès, le Parc Monceau, le Grand et Petit Palais, la Madeleine, le Musée Jacquemart, l'Opéra Garnier, le Musée du Louvre, la Place de la Concorde, les Grands Magasins, le Musée du Sacré Cœur etc.

218-220 Rue du Faubourg Saint-honoré, Paris  
01 49 53 03 03

#### **C. Les services proposés**

Comme l'hôtel a 4 étoiles, de nombreux services sont mis à disposition du client :

##### **☞ Services standards**

*Housekeeping, parking couvert ou extérieur, room-service, sécurité, gouvernant, coffre-fort, journaux, réception 24h/24h, garderie*

##### **☞ Activités sportives**

*Golf, Cours de gymnastique, Club de remise en forme, Piste de Jogging.*

##### **☞ Restauration**

*Buffet Petit-déjeuner, Bar Flying Dutchman.*

##### **☞ Salles de séminaires**

*Frans Hals, Ruydael, St Honoré, Van Gogh. L'hôtel propose l'organisation de « Manifestation Casher » comme les Bar Mistva ou les Shabbat en famille. En effet la salle de restauration et les salons sont adjacents à la synagogue Eli Dray. Il se charge aussi d'organiser n'importe quelle réunion ou séminaires par le biais du service Central Meeting Line.*

## SECONDE PARTIE – Tableau d'analyse d'une réservation individuelle

Sous forme d'un tableau, nous avons repris point par point et dans l'ordre toutes les étapes d'une réservation individuelle, les résultats obtenus et l'analyse de cet entretien téléphonique

ETAPES	ACTIONS OU POINTS CLE DE LA PROCEDURE	RESULTATS OBTENUS		ANALYSE DE L'ENTRETIEN TELEPHONIQUE
		OUI	NON	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le réceptionniste doit être souriant, se montrer disponible</li> <li>- Phrase d'accueil</li> <li>- décrocher avant la 3<sup>ème</sup> sonnerie</li> </ul>		x	Après 3 sonneries, nous avons été pris en charge par un homme, qui nous a demandé le nom et les dates de réservations. Aucune phrase d'accueil et phrase confuses, répétition fréquente du « veuillez patienter » et de « je vais vous mettre en relation » Il nous a mis en relation avec la « vraie » réceptionniste (10 secondes d'attente, pas de musique, brouhaha en bruit de fond) qui a prononcé une phrase d'accueil à toute vitesse.
			x	
		x		
PRISES-EN COMPTE	- Questionnement logique : date d'arrivée, de départ, nombre de nuits, nombre de personnes, coordonnées	x		Questionnement logique : nombre de personnes, âge des enfants, confirmation des dates de séjour transmises par la première personne.
	- Vérification des disponibilités	x		Vérification et proposition de 2 offres (deux chambres séparées ou appartement avec lit d'appoint pour les enfants) Formulation qui laisse sous-entendre que l'appartement (le plus cher) conviendrait mieux à nos attentes : bonne tactique commerciale.
	- Satisfaction de mes besoins	x		Proposition d'une chambre pour accueillir 4 personnes
PROPOSITION	- Le réceptionniste reprend mon nom quand il s'adresse à moi		x	Aucune reprise de mon nom mais seulement de mon statut civil (Madame) deux ou trois fois pendant la conversation téléphonique
	- Argumentation commerciale des chambres (précisions des équipements, superficie, le prix etc.)		x	Aucune argumentation commerciale, excepté le lit d'appoint pour les enfants Proposition avec une phrase négative : Chambre sans petit déjeuner. Répété plusieurs fois.
	- Anticipation de mes besoins et proposition des services annexes de l'hôtel (restaurant, petit-déjeuner, carte de fidélité etc.)		x	R.A.S (aucune proposition de services)
	- Reformulation sans erreurs de ma réservation	x		Reformulation exacte, ton chaleureux, légèrement hésitant et lent (impression de lecture et rédaction au même moment)
PRISE DE CONGE	- Demande d'une garantie de paiement	x		Avant la prise de congé, la réceptionniste nous a demandé quelques informations complémentaires (numéro, nom) Impression de question/réponse, aucune personnalisation Prise du numéro de carte et de la date d'expiration.
	- Le réceptionniste me dit au revoir en m'appelant par mon nom		x	La réceptionniste me souhaite une bonne journée et prend congé, ne personnalise pas (ni nom/ni statut civil)

Suite à cet entretien téléphonique, nous avons difficilement annulé la réservation, en effet la réceptionniste ne retrouvait plus notre réservation (car le nom avait mal été pris en note : BULLEN au lieu de CULLEN) et affirmé qu'elle n'en n'avait pas le souvenir, étant donné qu'elle est la seule à prendre les réservations. Nous pensons avoir été pris en charge par une stagiaire. Cela explique pourquoi nous avons eu l'impression d'une prise en charge à la « va-vite » sans réelle implication de notre interlocuteur.

**TROISIEME PARTIE – « Guest Comment »**

*Madame, Monsieur,*

*Votre appréciation nous sera très utile pour améliorer nos installations ainsi que notre service. Merci de votre collaboration, A bientôt chez Royal Golden Tulip.*



Nom :

Prénom :

Numéro de chambre :

Date : ...../...../.....

Adresse :

Pays :

E-mail (Si vous souhaitez recevoir des informations sur nos offres et nos activités)

	Excellent	Bien	Moyen	Insuffisant
<b>Votre arrivée</b>				
Exactitude et efficacité de la réservation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Courtoisie et chaleur de l'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Votre chambre</b>				
Propreté et tenue de la chambre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propreté et tenue des sanitaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confort du lit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Décoration et mobilier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calme et insonorisation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variété des chaînes de TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Notre petit-déjeuner</b>				
Variété des produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temps d'attente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualité du service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Notre personnel</b>				
Professionalité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sympathie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidité du service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficacité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Votre départ</b>				
Exactitude et efficacité de la facturation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Courtoisie et chaleur de l'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Comment nous avez-vous connu ?**

- Par un guide
- Par recommandation d'un ami
- Par Internet
- Par une agence de voyages
- Autre (Veuillez préciser) .....

**Si vous souhaitez ajouter un commentaire concernant un aspect non évoqué dans les questions, merci de nous en faire part.**

.....

.....

.....

.....