

Pédagogie transversale à l'hôtel d'application: l'apport d'un intranet.

L'exemple de la réception

Jj. Cariou et O. Granier, professeurs - Lycée de Gascogne à Bordeaux-Talence

L'essentiel

L'hôtel-restaurant d'application est un outil intéressant mais l'occupation trop faible et le mode de fonctionnement désuet étaient source de frustration pour les enseignants qui ressentaient par ailleurs une certaine pression financière de l'institution et une demande pédagogique de la part de l'inspection.

Ces constats a priori dérangeant ont finalement permis de donner une réelle impulsion à l'hôtel pour aboutir aujourd'hui à un fonctionnement qui reflète une réalité tangible tant en termes d'activité que de commercialisation au travers d'une pédagogie participative.

Cela a nécessité :

- un travail interdisciplinaire de la part des professeurs (de service-accueil et d'économie/gestion). Une fois dépassés les freins liés au manque de pratiques interdisciplinaires ça ne pose pas de problème. Chacun, conscient de ses limites, apporte ses compétences et sollicite celles des autres.



- une réflexion sur le rôle du professeur.
- un outil de communication adapté pour optimiser les échanges d'informations entre les différents professeurs et les élèves en poste à l'hôtel-restaurant : un intranet est simple à réaliser et particulièrement adapté.

- un engagement fort de la direction et de l'inspection.

Les résultats sont très encourageants, d'un point de vue pédagogique mais aussi d'un point de vue financier (ce qui a aussi une vertu pédagogique).

Témoignages

Sarah, BTS deuxième année

Sortant de bac professionnel « service en restauration », mes seules expériences en hébergement sont la théorie ainsi que la semaine passée en réception l'année dernière en BTS 1ère année, j'appréhendais beaucoup ce passage à l'hôtel. Cela m'a beaucoup appris, j'ai pu rattraper les bases que je n'avais pas, les professeurs sont très attentifs. Ils sont là pour expliquer et superviser mais ils nous laissent réellement la place du chef et nous laissent donc prendre des décisions, diriger l'équipe et former les autres élèves. Grâce à l'affichage sur l'ordinateur [l'intranet] nous pouvons vraiment être autonomes et distribuer les tâches.



Corinne Oliva, professeur à la réception de l'hôtel

L'étudiant en BTS 2^{ème} année est réellement en situation de manager, de plus les élèves qu'il a sous sa responsabilité sont plus intéressés parce que « tractés » par un étudiant de classe supérieure sur qui ils peuvent se projeter. Le rôle du prof vient surtout en « garde-fou », il faut s'efforcer de « laisser faire » ce qui n'est pas toujours facile dans le rush de l'activité. Bien sûr cela implique que l'étudiant ait bien préparé sa semaine en amont grâce à l'intranet et que les collègues de réception communiquent beaucoup entre eux, bien souvent en dehors des TP.

Sylvain Mazière, professeur d'économie et gestion

Chaque semaine pendant mon cours les deux étudiants qui viennent de passer une semaine en réception dans notre hôtel font une présentation devant toute la classe. J'ai reçu préalablement leur "reporting" écrit par l'intranet. C'est extrêmement intéressant. Cela permet de voir leur capacité à mettre en œuvre les outils de gestion, en situation réelle. Certains sont assez à l'aise, d'autres ont des difficultés mais tous progressent grâce à cela. Pour ma part je découvre des erreurs que je n'imaginai pas, et je suis frappé par la difficulté, pour eux, de mettre en œuvre et d'analyser concrètement des outils qu'ils maîtrisent pourtant en cours, dans les TP ou les études de cas.

Et puis la soutenance est l'occasion d'échanges très intéressants au sujet de la performance de notre hôtel, des mesures à envisager, des limites rencontrées.

L'intérêt pour les outils de gestion, leur crédibilité (et du professeur, si besoin était) sont largement renforcés par le travail à l'hôtel et le retour en classe. Par ailleurs les "frontières" gestion/marketing/hébergement/management... n'existent tout simplement plus dans ce cadre.

Valérie Lemeret, professeur à la réception de l'hôtel

L'intranet a permis d'enrichir et de donner du sens à la relation clientèle. En effet, tout au long du parcours client, les élèves et les étudiants sont sensibilisés à la nécessité de recueillir des informations de satisfaction. Ils en comprennent mieux les enjeux, aussi bien dans l'envoi de l'enquête de satisfaction en ligne (s'assurer d'avoir une adresse mail exacte) et l'analyse des réponses (points faibles, points forts de l'établissement, propositions d'amélioration) que dans les réponses qu'ils proposent aux commentaires clients sur Tripadvisor, Google ou Booking (comment répondre à un commentaire négatif, importance du rédactionnel).

Le "post" sur Facebook ou l'actualité sur le site internet crée une émulation intéressante entre étudiants.

Depuis plusieurs années au Lycée de Gascogne, comme ailleurs sans doute, proviseur et adjoint, inspecteurs (IG et IA-IPR), professeurs, ressentent clairement l'intérêt d'une **approche interdisciplinaire**. L'hôtel d'application a semblé être un cadre idéal pour cette approche. Le **projet pédagogique** du Lycée de Gascogne met l'accent, entre autres, sur l'intérêt des outils de production de l'établissement (dont l'Hôtel-restaurant est un élément important) et sur l'interdisciplinarité. Le **contrat d'objectifs** de l'établissement va dans le même sens.

1 Présentation et organisation de l'hôtel-restaurant de Guyenne

Le fonctionnement de l'hôtel est basé sur une équipe pédagogique de plusieurs enseignants qui encadre des groupes d'élèves de niveaux différents. Le travail de l'élève à l'hôtel concerne également la gestion et le marketing : les professeurs concernés - **cuisine, service-accueil et économie et gestion** - ont donc mis au point un dispositif pédagogique interdisciplinaire, particulièrement en ce qui concerne les BTS deuxième année.

En réception, puisque cet article est focalisé sur ce service le fonctionnement opérationnel est assuré par un groupe de 4 élèves (terminale STHR, 1ère année BTS et 2ème année BTS). Les étudiants de MAN s'ajoutent à ce dispositif en milieu d'année scolaire. Les élèves de bac STHR sont préparés à leur passage à l'hôtel dans le cadre de l'accompagnement personnalisé (6 heures). Le temps de présence est découpé soit en service du matin (de 6h45 à 15h) soit en service du soir (de 15h à 22h) sur une semaine pendant laquelle les élèves/étudiants concernés sont dispensés de cours. L'étudiant en **2ème année BTS a un rôle de manager**, afin de mieux le positionner dans ce rôle il commence sa semaine le mercredi alors que les autres élèves commencent leur semaine le lundi. A mi semaine chaque élève permute de service (matin/soir) de manière à avoir une vue globale sur le travail en réception.

L'hôtel-restaurant de Guyenne www.hotel-de-guyenne.fr

Bordeaux-Talence

Hôtel-restaurant à vocation pédagogique

- 32 chambres 2*, rénovées en 2014 (dont une suite haut de gamme et chambres familiales : de 47 à 70 €)
- Restaurant de 40 couverts : menus de 17 à 28 €
- 3 salles séminaires (jusqu'à 50 places en théâtre dans le plus grand salon). Capacité totale : 74 personnes
- Segment principal : clientèle « affaires » (individuels, groupes/séminaires)
- Distribution multicanale (direct, site web/réservit, Booking, HRS), gestion avec channel manager.
- Ouvert du lundi au vendredi, 26 semaines par an.
- Indicateurs économiques à fin janvier 2018 (en cumul depuis la rentrée) : TO 84%, PM : 51€, REVPAR : 42.8€, TREVPAR : 59€



Dans les étages, l'entretien des chambres et des locaux communs sont répartis entre des groupes d'élèves en fonction des référentiels (CAP SH et CSHCR) et complétés par une société extérieure lorsque le potentiel d'intervention des élèves ne suffit pas. Il en est de même pour le service des petits déjeuners. Des formations telles que le CQP Employé d'étages et Gouvernante ainsi que le BP Gouvernante y interviennent également.

L'hôtel constitue un outil essentiel dans le projet pédagogique de l'établissement. Il renforce les sens des enseignements, il favorise l'acquisition de savoir faire, il développe l'interdisciplinarité, il valorise le travail des élèves. En effet les élèves y trouvent la possibilité, souvent unique, de développer certaines compétences :

- le contact avec la clientèle et l'obligation de résultat donne une dimension professionnelle qui dépasse largement les simulations réalisées par des jeux de rôle en salle de cours,
- la gestion des imprévus, l'humeur client, la simultanéité des tâches, les éventuels dysfonctionnements impliquent l'élève dans la réalité du terrain,
- la rareté des possibilités de stage en réception à cause des pré-requis nécessaires (logiciel hôtelier, polyvalence, savoir être, langues étrangères...),
- la sous traitance de l'entretien des chambres permet de voir une autre façon de collaborer,
- l'utilisation d'outils numériques tels que l'e-distribution, la gestion de la e-reputation, l'e-communication,
- plus particulièrement pour les étudiants en 2ème année BTS, la possibilité de se mettre en responsabilité en gérant une équipe de 3 élèves.

2 L'intranet pédagogique

Un intranet a été créé par les enseignants afin de faciliter le passage des étudiants à l'hôtel et au restaurant. Il s'agit en fait d'un site internet accessible uniquement depuis les ordinateurs de l'établissement (ou depuis l'extérieur avec un mot de passe). www.hoteldeguyenne.cultus.fr. Cet intranet est l'outil central de mise en œuvre de l'interdisciplinarité à l'hôtel d'application.

(La structure simplifiée est présentée en fin de document, ainsi qu'une des pages de l'intranet)

Le présent article ne concerne que la réception mais les mêmes principes ont été appliqués pour les passages au restaurant et en cuisine. C'est toutefois pour la réception que l'intranet est le plus documenté.

L'objectif principal est de fournir un ensemble de ressources aux étudiants (spécialement aux BTS 2ème année) en poste à l'hôtel et aussi de permettre l'envoi de documents (« reporting » hebdomadaire, proposition de « news » pour le site internet, proposition de réponses aux commentaires Tripadvisor, Google, Booking, proposition de « post » sur la page Facebook de l'hôtel...).

Intranet Hôtel de Guyenne
Passage des TSA/TSB à l'Hôtel de Guyenne

TSA en réception ▼ TSA au restaurant ▼ TSB en cuisine ▼

INTRANET DE L'HOTEL RESTAURANT DE GUYENNE

TSA en réception cliquez ici

TSA au restaurant cliquez ici

TSB en cuisine cliquez ici

SE CONNECTER
Merci de vous connecter.

Identifiant
Identifiant

Mot de passe
Mot de passe

SE CONNECTER

On peut schématiser “le parcours”, “l’expérience” de l’étudiant de la manière suivante:

- chaque semaine, **en classe**, il entend la **soutenance** de ses collègues qui viennent de terminer leur passage à l’hôtel (pendant le cours de gestion ou de marketing).
- dans les jours qui précèdent sa prise de responsabilité à l’hôtel: il prend connaissance de ses futures missions sur l’intranet, il **travaille les pré-requis**, il passe le quiz d’entrée en ligne (il s’auto-évalue, il peut/doit reprendre les pré-requis si nécessaire, les résultats sont transmis par l’intranet aux professeurs concernés).
- pendant la semaine durant laquelle il est en responsabilité : il **dirige la réception** (sous le contrôle d’un professeur de service-accueil), il **manage son équipe** (élèves de terminales et de première années BTS), il **assure l’accueil/la relation client**, il participe au contrôle et au développement de la **politique qualité**. Grâce à l’intranet il prépare les réponses aux commentaires (**e-reputation**), il anime la page Facebook de l’hôtel (**community management**), il propose une page d’actualité pour le **site internet de l’hôtel**.
- en fin de semaine (et pendant la semaine) sur l’intranet: il prépare le reporting hebdomadaire (les **principaux indicateurs de performance** grâce aux informations disponibles en réception et sur l’intranet), rédige son **rapport d’analyse**, et le poste (l’intranet distribue sur une liste à destination des professeurs de service-accueil, professeurs d’économie et gestion, chef de travaux).
- dans les jours qui suivent il **présente le reporting et son analyse en classe** devant l’ensemble des étudiants (pendant le cours de gestion ou de marketing).

Les principaux indicateurs du « reporting » hebdomadaire

Un tableau Excel est mis à disposition sur l’intranet. Les étudiants doivent le remplir, l’analyser, le « poster » sur l’intranet, le soutenir en classe. En voici les principaux éléments :

- Evolution de l’activité hébergement : Chiffre d’affaires et ratios professionnels (CA ventilés par département, TO, PM, REVPAR, TREVPAR, taux de captage)
- Segmentation client : nombre de chambres et CA par segment
- E-distribution : nombre de chambres, CA et coût de distribution par canal.
- Indicateurs de qualité : à partir des notes mises par les clients dans l’enquête de satisfaction en ligne
- E-reputation : nombre de commentaires obtenus (Tripadvisor, Booking, HRS, Google)
- Statistiques de la page Facebook
- Analytics du site www.hotel-de-guyenne.fr
- Indicateurs de référencement du site internet (position dans le moteur de recherche Google, Booking, HRS en fonction des mots clés « cibles »).



3 L’intérêt et l’exploitation pédagogique

- pour les enseignants **à l’hôtel** (professeurs de service-accueil):
 - ils responsabilisent l’étudiant : ses missions sont claires et consultables par lui à tout moment (y compris de son domicile), les ressources nécessaires sont à sa disposition (à la réception, sur l’intranet...et aussi bien sûr grâce à la présence d’un enseignant en back office). L’étudiant comprend **les enjeux de la réception, la complexité technologique et managériale**. Il perçoit le sens et l’intérêt des informations à sa disposition car il en a une utilité immédiate. **Il acquiert les compétences dont il a besoin.**

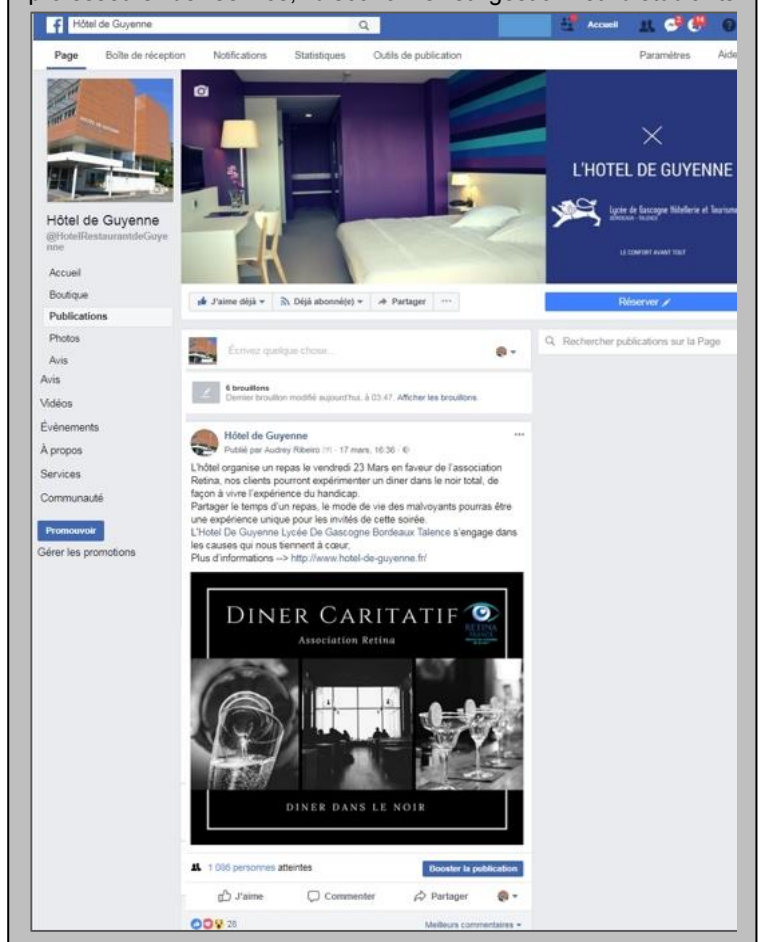
- l'étudiant commence à se familiariser avec son poste avant d'arriver à la réception, il doit/peut se préparer. Il est plus à même d'assurer ses responsabilités rapidement après sa prise de poste (il faut avouer que nous avons là une marge de progrès important: les étudiants ne sont pas toujours au niveau en arrivant. Nous imaginons renforcer le travail préalable avec un peu d'e-learning préalable sur l'intranet... c'est en cours de conception).
- Ils soutiennent la perception de l'imbrication des problématiques opérationnelles, économiques et commerciales. L'enquête de satisfaction en ligne mais surtout l'aide au calcul et au suivi des indicateurs de performance (reporting et rapport d'analyse) sont des occasions de faire toucher du doigt cette imbrication.
- l'étudiant est une force de proposition considérée par tous (entre autre dans son rapport d'analyse).
- pour les enseignants en classe (professeurs d'économie et gestion, professeurs de service-accueil):
 - le reporting hebdomadaire et le rapport d'analyse est diffusé par l'intranet auprès d'une demi douzaine de professeurs (dont certains n'enseignent pas dans le niveau concerné). Chacun peut y trouver là une **actualité professionnelle, une matière pédagogique** pour faire travailler, réfléchir l'ensemble du groupe.
 - la soutenance hebdomadaire, pendant le cours de gestion ou de marketing sont des très belles occasions d'approfondissement, de compléments de **mise en situation** de notions abordées par ailleurs dans le cours (contrôle de gestion, e-marketing, politique qualité...)

Ce travail nécessite de la part des enseignants aussi (et d'abord) un travail conséquent en **équipe pluridisciplinaire, autonome et responsable**. Outre la satisfaction d'une bonne performance de l'hôtel, d'une pertinence pédagogique renforcée, d'une crédibilité confirmée, les enseignants y trouvent également une meilleure compréhension mutuelle, une plus grande solidarité, tout simplement le **plaisir de travailler ensemble**. Grâce à ce dispositif nous ressentons clairement une meilleure connaissance et un plus grand intérêt des étudiants vis-à-vis des métiers de l'hébergement, (nous devinons également une attractivité confirmée de l'option C du BTS MHR), une plus grande crédibilité des outils et des enseignements de marketing et de gestion. **L'implication des étudiants dans leur propre formation et dans la vie de l'établissement** se trouve clairement renforcée par cette expérience, nous le percevons tous les jours.

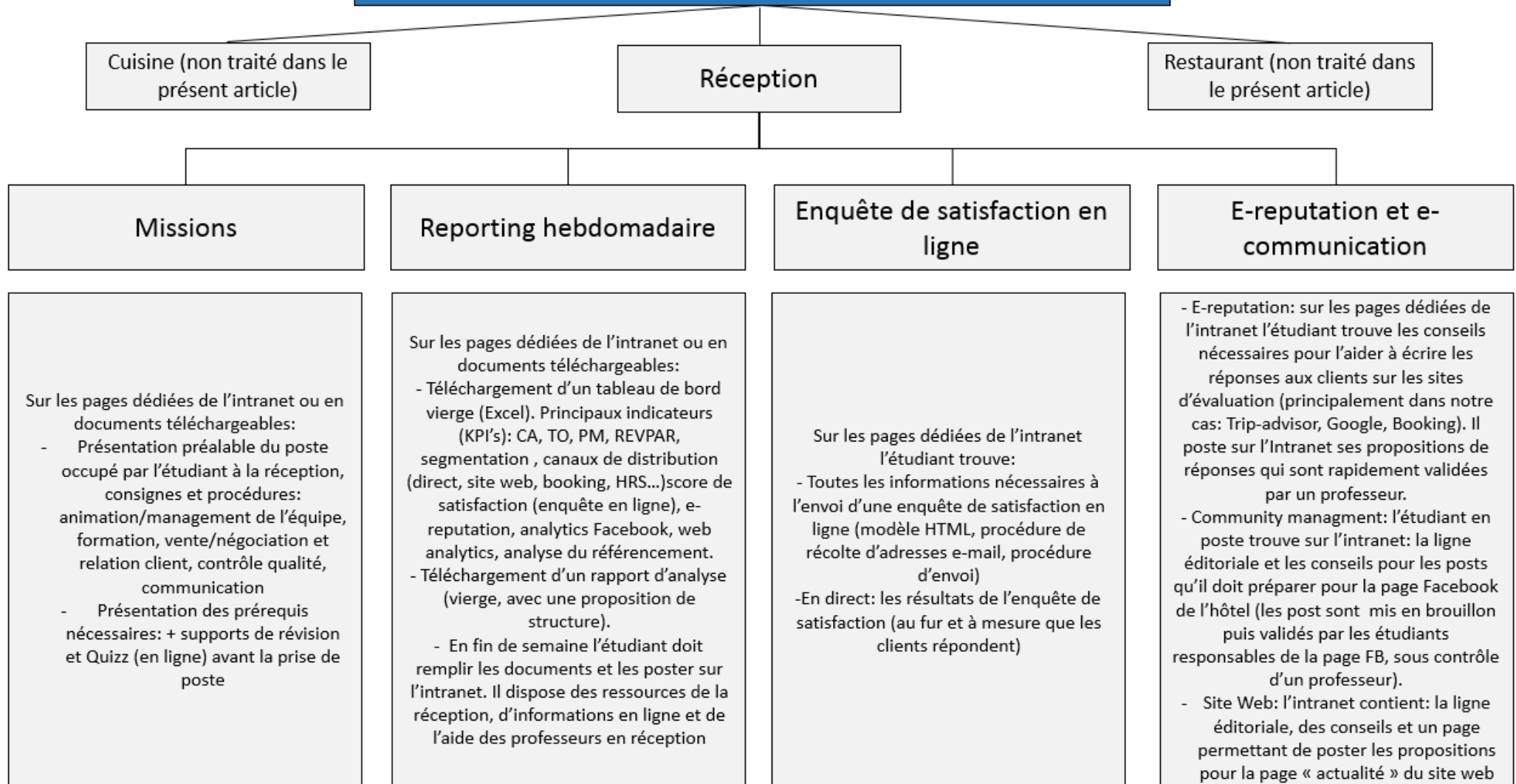
Les **possibilités de progrès**, les projets ne manquent pas, notons pour le court terme:

- intégration d'e-learning dans l'intranet pour conforter les pré-requis (en cours de réalisation),
- travail de début d'année afin d'améliorer la qualité des reportings et rapports d'analyse (dont, il faut bien le reconnaître, le niveau est très variable et encore trop souvent insuffisant).
- mise en place d'une politique tarifaire plus dynamique et introduction du revenue management (et donc formation opérationnelle préalable des étudiants)
- meilleure exploitation du fichier client (CRM ?).

La Page Facebook de l'Hôtel : un exemple de co-construction professeurs de service, d'économie et gestion et d'étudiants




Structure de l'intranet (présentation simplifiée)




A titre d'exemple: une page de l'intranet de l'Hôtel de Guyenne (extrait de la page e-reputation, community management et site web)

Intranet Hôtel de Guyenne TSA en réception ▼ TSA au restaurant ▼ TSB en cuisine ▼

Passage des TSA/TSB à l'Hôtel de Guyenne



TSA: E-reputation et Community management




L'objectif est d'obtenir de bons et nombreux commentaires car, pour le client, c'est un élément essentiel dans les choix de son hôtel.

- Pour cela vous devez motiver l'équipe de réception pour inciter les clients, ceux qui semblent les plus satisfaits, à déposer un commentaire sur Tripadvisor, Google, Booking, HRS. Des cartes disponibles en réception sont à remettre aux clients sélectionnés. Evidemment il convient de ne distribuer les cartes qu'aux clients satisfaits
- Par ailleurs il faut vérifier régulièrement les commentaires en ligne (**chaque jour**) et proposer des réponses. Chaque commentaire, bon ou mauvais, doit avoir une réponse, la réponse est préparée par le TSA en charge (conseils et procédure: [cliquez ici](#)) et soumise avant envoi aux professeurs. Les 2 TSA s'occupent, chacun, des réponses aux commentaires (Tripadvisor, Google, Booking et HRS), la réponse doit être proposée rapidement après l'arrivée du commentaire. Les plus pertinentes seront publiées.

[Je propose une réponse !](#)

Si vous souhaitez approfondir un peu la question de l'e-reputation en hôtellerie : [ici](#)

Community management:



L'objectif (en plus de l'objectif pédagogique qui reste essentiel pour nous) est d'entretenir une relation régulière avec notre communauté: nos clients, nos partenaires. Nous avons décidé de mettre l'accent sur Facebook car il est à la fois très utilisé, c'est le plus grand réseau social du monde, et il est compatible avec nos objectifs.

Facebook s'inscrit dans notre stratégie de marketing digital, à coté de notre site web, de notre politique en e-reputation, de notre e-distribution. Notre page FB est en lien avec notre site web:

- sur le FB des news régulières, un peu informelles, de l'interaction avec la communauté (« clients, partenaires...») dont nous recherchons l'audience et aussi l'engagement (nous voulons que ntre