



LE SERVICE PAR EXCELLENCE

Programme de formation du conseiller en séjour touristique

Recherche et rédaction :

Ministère du Tourisme

Direction de l'information touristique

1255, rue Peel, bureau 400 Montréal (Québec) H3B 4V4

Édition révisée en juin 2017

Coordonnatrice :

- Lyndia Lefebvre

Collaborateurs :

- Yves Bourgeois
- Ricardo Fernandez
- Marie Marchessault
- Marielle Moquin
- Maryse Morin

NOTE AUX LECTEURS ET LECTRICES

Afin d'alléger la lecture de ce document, la formulation au masculin inclut le féminin.

N. B. : Le contenu de ce cahier est la propriété du ministère du Tourisme. Il est interdit de le reproduire en partie ou en totalité sans le consentement du Ministère.

Photo page couverture : ©TQ/M. Dupuis

ISBN : 978-2-550-78724-2 (PDF)

© Ministère du Tourisme

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2017

TABLE DES MATIÈRES

1. LE SERVICE À LA CLIENTÈLE	4
LES ÉTAPES DE L'ACCUEIL	7
L'INFLUENCE DU CONSEILLER EN SÉJOUR.....	9
LES ATTENTES DU TOURISTE	9
LE COMPORTEMENT	10
2. L'ACTE DE RENSEIGNEMENT	12
Étape 1 : L'accueil	12
Étape 2 : La découverte du portrait et des besoins du touriste	12
Étape 3 : Le résumé des besoins.....	18
Étape 4 : La réponse aux besoins.....	18
Étape 5 : Le soutien	18
Étape 6 : La promotion	19
La collecte de données	19
Les plaintes	19
3. LES ATTITUDES À MAÎTRISER	21
L'ART D'ÊTRE À L'ÉCOUTE.....	21
LES SITUATIONS DIFFICILES.....	21
4. LES MISES EN SITUATION	22
5. LE COMPORTEMENT PROFESSIONNEL	27
6. RÉPONSES AUX EXERCICES.....	32
7. BIBLIOGRAPHIE	35
8. ANNEXES.....	37

1. LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

Les conseillers en séjour orientent les touristes voyageant au Québec ou souhaitant y séjourner.

Bien que les touristes proviennent principalement du Québec, du Canada et des États-Unis, les conseillers en séjour sont de plus en plus sollicités par une clientèle en provenance de toutes les régions du globe. Les clients de différents milieux ont des particularités culturelles et des motivations différentes. Ils font appel à des spécialistes pour tirer la plus grande satisfaction possible de leur séjour. De façon générale, les touristes sont prêts à écouter attentivement les propositions et les conseils des spécialistes de la destination, à condition que l'approche soit adéquate.

Soucieux de la qualité de l'accueil et du service d'information touristique, le ministère du Tourisme a mis en œuvre un programme de formation qui fournira aux conseillers en séjour les connaissances et les outils nécessaires pour répondre aux besoins des touristes de toutes provenances. À cette fin, des notes d'information portant sur les caractéristiques culturelles des clientèles en provenance des marchés émergents devraient être produites à l'intention des conseillers en séjour.

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation a pour principal objectif d'enseigner à chaque nouveau conseiller une MÉTHODE DE TRAVAIL visant à :

- le sécuriser en l'aidant à structurer ses actes de renseignement
- faciliter ses relations avec le public
- l'initier à la dynamique de la communication

De son côté, le ministère du Tourisme s'assure, au moyen de cette MÉTHODE :

- que les conseillers acquerront toutes les compétences requises pour offrir un service de qualité
- que les touristes recevront un service de qualité uniforme lorsqu'ils se présenteront à un centre Infotouriste ou demanderont des renseignements par téléphone, par clavardage, par courriel ou sur les médias sociaux
- que l'on appliquera des mesures de contrôle de la qualité des services offerts au public à l'échelle du réseau d'accueil et d'information touristique
- que des objectifs de qualité des services seront établis dans chaque établissement d'information touristique
- que les responsables disposeront d'un outil de gestion efficace pour l'évaluation du rendement des conseillers

Cette méthode de travail permet d'offrir un service de qualité à la clientèle. Les objectifs visés semblent atteints, puisqu'un grand nombre de marques d'appréciation, dont des lettres de félicitations, nous parviennent régulièrement de la part des touristes satisfaits. De plus, de nombreux intervenants de l'industrie reconnaissent la valeur de cette méthode.

Quelques définitions

Touriste*

Personne qui fait un voyage comprenant au moins une nuitée, mais d'une durée de moins d'un an, à l'extérieur de sa ville, et qui a recours à l'hébergement commercial ou privé.

Excursionniste

Résident canadien

Personne qui fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de sa ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Résident hors Canada (international)

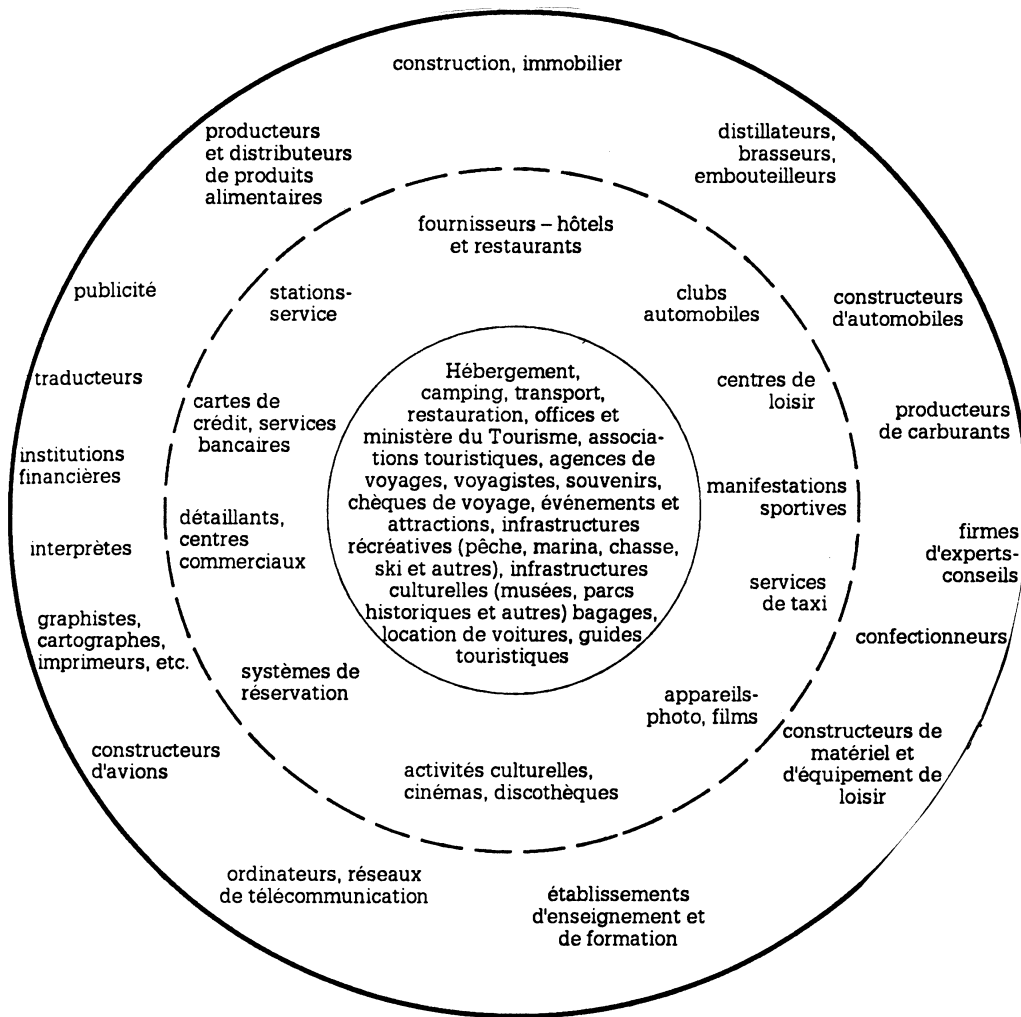
Personne qui effectue un voyage aller-retour la même journée, peu importe la distance parcourue.

Local

Si la définition du touriste ou de l'excursionniste ne s'applique pas, il s'agit d'un local.

* Dans ce cahier et tout au long de la formation, le terme « touriste » sera utilisé au sens large (incluant les touristes, les excursionnistes et les locaux).

LISTE DES INTERVENANTS TOUCHANT L'INDUSTRIE TOURISTIQUE



Légende

	Branches d'activités et industries indirectement reliées
	Produits et services complémentaires
	Branches d'activités directement reliées au tourisme

Adaptation de
Le tourisme au Canada. Faits et chiffres
 Tourisme Canada, 1988, p2

Le Québécois touristique
 Ministère du tourisme
 Direction de la recherche, 1991

LES ÉTAPES DE L'ACCUEIL

L'**accueil** d'un touriste ne se résume pas à un simple « Bonjour » chaleureux accompagné d'un sourire bienveillant. Bien que cette cordialité soit essentielle, le touriste doit pouvoir compter sur le personnel en cas de difficultés et se sentir important aux yeux des employés.

En effet, ces attentes nous obligent à nous interroger sur notre conception du service à la clientèle et à constamment nous assurer que notre attitude à l'égard du touriste soit adéquate.

L'accueil et le service aux personnes handicapées et aux personnes âgées

Les personnes ayant une incapacité sont de plus en plus actives et présentes au sein de la société. Toutefois, bien qu'elles désirent avoir accès aux mêmes activités et services que les autres, il y a plusieurs obstacles qui empêchent leur pleine participation. Les plus importants sont sans contredit les attitudes et les comportements. En effet, nombre de gens sont mal à l'aise en présence d'une personne ayant une incapacité. Ils ne savent pas comment entrer en relation avec elle, ni comment agir. Ce malaise, souvent engendré par la peur de ce qui est différent de même que par un manque de connaissances et d'expérience, a un impact négatif sur la qualité du service offert.

À cet effet, Kéroul, organisme à but non lucratif dont les actions visent à rendre le tourisme et la culture accessibles aux personnes à capacité physique restreinte, a développé une formation spécifique qui permet de bien accueillir cette clientèle.

Vous trouverez l'aide-mémoire du *Service Complice* en annexe.

Conjointement au volet d'accueil du client, le volet marketing vise à favoriser la consommation du produit touristique québécois. Recevoir un touriste se traduit donc par un ensemble d'actes, comme l'accueil, l'établissement d'un lien de confiance, la découverte des besoins, la réponse aux questions et la promotion de régions, d'activités ou de produits.

On reconnaît, chronologiquement, trois types d'accueil :

- l'accueil pré-voyage
- l'accueil à l'arrivée et pendant le séjour
- l'accueil après-voyage

L'accueil pré-voyage débute lorsque le touriste potentiel, à la suite d'une incitation (recherche sur Internet, sites Web, réseaux sociaux, publicité, conseil d'un ami, motifs personnels, intérêts pour une destination ou une activité, etc.) tente de recueillir des renseignements particuliers sur le Québec en général ou sur certaines régions de la province. L'information fournie doit essentiellement être à jour. C'est à cette étape que le touriste obtient un premier aperçu de ce



que la destination a à offrir. L'information ainsi que la façon de la transmettre au touriste, au moment de ce premier contact, que ce soit en personne, au téléphone ou par courriel, peut s'avérer déterminante dans la décision du visiteur de choisir le Québec comme destination.

L'accueil à l'arrivée et pendant le séjour s'applique au touriste tout au long de ses déplacements. Cette approche est préconisée par les conseillers en séjour des différents services d'information touristique, mais aussi par les intervenants touristiques (hôteliers, restaurateurs, transporteurs, commerçants, etc.) et par la population. Leur attitude et leurs comportements montrent au touriste qu'il est le bienvenu. Ils font tout en leur pouvoir pour faire vivre au visiteur la meilleure expérience possible.

L'accueil après-voyage comprend notamment les sondages et les fiches de commentaires pour vérifier la satisfaction des touristes. Cette mesure démontre au touriste que son avis est important. Les envois personnalisés et la diffusion de bulletins touristiques font également partie des mesures mises en œuvre pour inviter le touriste à revenir au Québec.

Un accueil chaleureux, conjugué à une mise en marché adaptée accroît la satisfaction d'un touriste lors de son séjour et peut l'inciter à :

- prolonger son séjour
- choisir de nouveau le Québec comme destination
- recommander le Québec à ses amis, à sa famille, etc.

Les entreprises qui se démarquent de leurs concurrents sont celles qui accordent une importance particulière au service à la clientèle.

Le conseiller en séjour du ministère du Tourisme joue un rôle important au niveau de l'accueil et est au cœur du service à la clientèle.

LE RÔLE du conseiller en séjour :

Veiller à satisfaire les besoins des touristes en leur proposant les meilleurs moyens pour rendre leur séjour INOUBLIABLE.

Comment?

- En les accueillant chaleureusement
- En les écoutant attentivement et en posant des questions pertinentes pour bien cerner leurs besoins
- En trouvant les attraits, les événements ou les services touristiques susceptibles de répondre le mieux à leurs besoins et de rendre leur séjour agréable
- En faisant la promotion du produit touristique québécois pour inciter les touristes à prolonger leur séjour ou à revenir au Québec
- En leur montrant les différentes brochures dans les présentoirs
- En offrant des produits connexes (p. ex. : carte des musées, carte de transport en commun, etc.)

- En présentant les articles promotionnels du ministère du Tourisme (offerts uniquement dans les CIT – frontières) pouvant agrémenter leur séjour
- En facilitant le contact avec les intervenants qui offrent les produits et services demandés
- En leur offrant un service professionnel et de qualité

L'INFLUENCE DU CONSEILLER EN SÉJOUR

Le conseiller en séjour est un acteur clé de l'accueil touristique et un maillon important dans la chaîne de promotion touristique du Québec. Il occupe une position stratégique entre le touriste et l'intervenant.

Par la qualité de son accueil, de son travail et des renseignements qu'il fournit, le conseiller devient en quelque sorte l'agent de promotion des entreprises québécoises auprès du touriste pour que ce dernier reparte avec un souvenir mémorable de son expérience au Québec.

L'influence du conseiller en séjour sur les dépenses touristiques

Selon une enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec effectuée par le ministère du Tourisme en 2011, un acte de renseignement génère en moyenne 204 \$ de dépenses supplémentaires. On peut donc en conclure que les conseillers en séjour influencent les dépenses des touristes et contribuent à la richesse collective du Québec.

LES ATTENTES DU TOURISTE

Il est beaucoup plus facile d'offrir un excellent service à la clientèle en connaissant les attentes des touristes.

Les attentes...

Le touriste qui s'arrête dans un bureau d'information touristique, ou qui communique avec un centre d'appels, a des attentes précises et des besoins variés.

De plus en plus, il prépare son voyage en consultant le Web. Il arrive donc à destination avec beaucoup d'information. Par conséquent, il s'adressera souvent au conseiller pour préciser une information ou obtenir un renseignement complémentaire.

Dans ce contexte, il sera difficile d'appliquer toutes les étapes de l'acte de renseignement du « Service par excellence » pour répondre adéquatement à la demande du client, qui ne voudra souvent qu'une réponse à sa question. Le conseiller devra donc faire appel à son bon jugement pour choisir les questions à poser.



Il y a aussi le touriste qui veut être conseillé, rassuré, ou qui souhaite que l'on confirme ses choix. Il s'attend à ce que le conseiller en séjour connaisse « parfaitement » les régions touristiques, les attraits et les activités. Le conseiller devra être en mesure de répondre à ces attentes. Le « Service par excellence » est l'outil mis à sa disposition pour atteindre cet objectif.

D'autre part, plusieurs personnes s'attendent à ce que les conseillers en séjour aient réponse à toutes les questions, même celles ne portant pas sur le tourisme. Par exemple : comment fait-on pour immigrer au Québec? Comment doit-on procéder pour obtenir un permis de travail? Les réponses à ces questions ne relèvent pas de la compétence du conseiller en séjour. Le client devra être dirigé vers la ressource la plus qualifiée pour répondre à ce genre de demande.

LE COMPORTEMENT

La qualité du service offert repose en grande partie sur la manière de répondre au touriste. Il y a plusieurs façons de le faire.

En fait, il y a probablement autant de façons de répondre à un touriste que d'attitudes possibles chez une même personne.

Lorsqu'on parle de comportement, on fait référence à la réaction apparente d'une personne dans une situation donnée.

Lorsqu'on parle d'attitude, on s'attarde surtout aux multiples éléments psychoaffectifs d'une personne (ce qu'elle pense, ce qu'elle ressent), qui influencent ses comportements extérieurs.

Le comportement courtois

En personne

- Sourire
- Offrir un accueil chaleureux
- Communiquer votre empressement à rendre service
- Rassurer ou mettre en confiance le touriste
- Le regarder dans les yeux
- Lui accorder toute votre attention
- Reconnaître le touriste à qui vous avez déjà parlé
- Le saluer cordialement au moment de son départ

Au téléphone

- Adopter un ton avenant (sourire)
- Être chaleureux, personnaliser l'appel
- Communiquer votre empressement à rendre service
- Rassurer ou mettre en confiance le touriste
- Lui accorder toute votre attention
- Le saluer cordialement à la fin de la conversation

Par écrit

- Rédiger un contenu cohérent
- Tenir compte de tous les aspects de la demande
- S'assurer de bien comprendre la demande
- S'assurer que les liens Internet sont fonctionnels et que le contenu proposé est pertinent et de qualité
- Répondre en respectant les délais fixés
- Rédiger soigneusement les lettres et les personnaliser

Le comportement « PAR EXCELLENCE »

Définition : Tout comportement qui dépasse les attentes de l'autre personne.

Comportement courtois

- Écouter le touriste
- Répondre aux questions du touriste

Comportement « par excellence »

- Bien écouter le touriste, cerner ses besoins et même aller au-devant.
- Proposer des choix auxquels le touriste n'a pas pensé.

2. L'ACTE DE RENSEIGNEMENT

Le ministère du Tourisme a pour mission de soutenir le développement et la promotion du tourisme au Québec, en favorisant la concertation et le partenariat des intervenants associés à ce développement et à cette promotion, et ce, dans une perspective de création d'emplois, de prospérité économique et de développement durable.

La Déclaration de services aux citoyens constitue l'engagement du ministère du Tourisme quant à la qualité des services offerts à laquelle les touristes et les intervenants de l'industrie touristique sont en droit de s'attendre en harmonie avec leurs besoins.

En 1984, le Ministère a mis au point une technique de service à la clientèle touristique appelée « Service par excellence ». Le Service par excellence s'applique dans le cadre d'un acte de renseignement et consiste à dépasser la simple attitude courtoise pour surpasser les attentes du touriste. Au lieu de se contenter de répondre aux questions du touriste, le conseiller cherche à mieux connaître ses besoins pour être en mesure de lui fournir des renseignements exacts, complets et pertinents. Sa compréhension des besoins et des intérêts du visiteur lui sert également à promouvoir des activités ou des visites d'attrait et de régions. L'acte de renseignement est personnalisé pour chaque touriste.

Chaque année, les nouveaux conseillers en séjour reçoivent cette formation, qui constitue un outil précieux pour offrir des services de qualité aux touristes, en personne, au téléphone, par courriel, par clavardage ou sur les réseaux sociaux.

La formation que vous recevrez vous dotera d'outils éprouvés et de trucs qui vous permettront d'offrir un service surpassant les attentes des touristes.

LES ÉTAPES D'UN ACTE DE RENSEIGNEMENT

Étape 1 : L'accueil

L'accueil est essentiel pour bien amorcer la conversation entre le touriste et le conseiller. Ce dernier doit recevoir le touriste chaleureusement pour qu'il se sente bien accueilli et en confiance.

Étape 2 : La découverte du portrait et des besoins du touriste

À cette étape, on tente de connaître le mieux possible le touriste et ses besoins pour lui fournir les meilleurs renseignements. Le conseiller cherche à savoir :

- d'où vient le touriste
- quand il compte venir au Québec et pour combien de temps
- quels endroits il veut visiter
- quel est le but de son voyage et quelles activités il prévoit faire
- s'il a déjà un hébergement
- quel moyen de transport il utilise
- le nombre de personnes qui seront du voyage et leur âge
- s'il y a des personnes ayant des incapacités
- de quels outils numériques il disposera pendant son séjour

Il arrive souvent que le touriste fournisse spontanément certains de ces renseignements. Il suffit donc de lui poser quelques questions qui permettront de connaître les éléments manquants pour bien cerner ses besoins.

Cette étape permet au touriste d'exprimer ses besoins et ses champs d'intérêt. Une écoute active et des questions précises aident le conseiller à établir le profil du touriste.

Pour valider les besoins du touriste, il faut écouter, questionner et vérifier.

À quoi servent les questions?

La provenance :

- sert d'entrée en matière et à souhaiter la bienvenue au touriste
- aide à faire des suggestions pertinentes (route pour le retour, navette aéroportuaire, etc.)
- permet de parfaire le profil du touriste
- permet de savoir, dans certains cas, que le touriste vient chercher de l'information pour une autre personne et de faire des suggestions pertinentes
- aide à mieux promouvoir les services du ministère du Tourisme (les numéros de téléphone sans frais, QuebecOriginal.com, les réseaux sociaux, le courriel, le clavardage et le réseau d'accueil et d'information touristique).

La durée du séjour et le moment où l'on prévoit le faire :

- permet de structurer l'acte de renseignement
- permet d'adapter l'acte de renseignement selon la durée et la période de son séjour

La destination indiquée :

- permet de connaître l'itinéraire du touriste lors de son séjour et de mieux adapter l'acte de renseignement selon ses besoins

Le but de la visite et les intérêts manifestés :

- permettent de connaître le but de la visite au Québec et les champs d'intérêt du touriste, information indispensable si l'on veut personnaliser l'acte de renseignement
- permettent de faire des suggestions adaptées au touriste et ainsi de bien représenter les intervenants des différentes régions touristiques
- rendent le travail du conseiller beaucoup plus intéressant en évitant la routine dans l'acte de renseignement.

Le moyen de transport :

- sert à connaître le moyen de transport qu'utilisera le touriste au cours de son séjour au Québec, renseignement particulièrement important lorsque le touriste vient de l'extérieur du pays
- permet d'adapter l'acte de renseignement en fonction des attraits et des services accessibles par transport en commun, selon le moyen de transport utilisé.

L'hébergement :

- permet de rassurer le touriste qui a déjà réservé son hébergement, en localisant son établissement sur une carte touristique. Le conseiller lui indique comment s'y rendre et lui présente les attraits et les services à proximité.

Si le touriste n'a pas encore réservé son hébergement :

- Dans les CIT :

On pourra lui fournir le guide de la région ou une liste d'hébergements offerts. On pourra également lui proposer d'utiliser l'ordinateur dédié à la réservation d'hébergement en libre-service que l'on retrouve dans chacun des CIT, à la fin de l'acte de renseignement.

- Au téléphone, par clavardage, sur les réseaux sociaux ou par courriel :

Le conseiller pourra proposer au client de lui fournir le lien Internet vers QuebecOriginal.com pour trouver un hébergement, ou encore de lui fournir le lien Internet vers le site de la région qu'il souhaite visiter.

- Par téléphone, si le client n'a pas accès à Internet, le conseiller pourra lui fournir de trois à cinq numéros de téléphone d'hébergements pouvant répondre à ses critères.

Les réponses aux questions portant sur le moyen de transport et l'hébergement vous permettront non seulement de mieux conseiller le touriste sur les activités et attraits qui lui seront accessibles, mais également sur le choix de l'emplacement de son hébergement, le cas échéant en fonction de ses intérêts.

Le nombre de personnes, y compris les enfants. Y a-t-il des personnes ayant une incapacité? :

- permet de faire des suggestions utiles compte tenu du nombre et de l'âge des personnes en déplacement
- permet de faire des propositions adaptées à la situation des personnes ayant une incapacité
- facilite la saisie de l'information pour parfaire le profil du touriste

Les outils numériques disponibles :

- De quels outils numériques le touriste dispose-t-il pendant son séjour (téléphone mobile, tablette, Wi-Fi, GPS, etc.)?
- Permet de lui transmettre de l'information ou des applications mobiles par voie numérique et de lui offrir de clavarder avec un conseiller en temps réel pendant son séjour.

Toutes les questions ont leur importance! Elles donnent des renseignements précieux aidant le conseiller à fournir de l'information précise, pertinente et complète. Elles ne doivent pas être perçues comme un interrogatoire, mais comme un moyen de mieux connaître les besoins du touriste. Elles sont la pierre angulaire du « Service par excellence ».

Au besoin, on peut demander la permission de poser des questions. Il s'agit d'une marque de respect et de courtoisie. P. ex. : Puis-je vous demander quel mode de transport vous utilisez?

Si le client est réticent à répondre, on peut lui expliquer que l'objectif est de lui donner un service plus adapté à ses besoins, de mieux le servir.

Les questions ouvertes ou fermées

Questions ouvertes

- Pour obtenir de l'information générale subjective : suscitent des réponses plus longues
- Pour élargir le champ de discussion
- Pour aborder un nouveau domaine et de nouveaux sujets

Questions fermées

- Pour obtenir de l'information précise et objective : suscitent des réponses courtes
- Pour se concentrer sur un point aidant à cerner un sujet particulier
- Pour vérifier l'exactitude d'un fait

Exercice 1 : Donnez des exemples de questions ouvertes et fermées.

Cet exercice vise à démontrer que poser des questions ouvertes facilite la découverte et permet d'obtenir plus de renseignements de la part du touriste. Les questions fermées servent à préciser une information qui semble vague. Il est donc préférable d'entamer l'entretien avec des questions ouvertes.

Exercice : Donnez des exemples de questions ouvertes et fermées au sujet des étapes de la découverte du portrait et des besoins du touriste.

Questions ouvertes

Provenance :

Durée et moment du séjour :

Destination :

But de la visite :

Type d'hébergement :

Moyen de transport :

Nombre de personnes, y compris les enfants. Y a-t-il des personnes ayant une incapacité? : _____

Outils numériques disponibles :

Questions fermées

Provenance :

Durée et moment du séjour :

Destination :

But de la visite :

Type d'hébergement :

Moyen de transport :

Nombre de personnes, y compris les enfants. Y a-t-il des personnes ayant une incapacité? :

Outils numériques disponibles :

Étape 3 : Le résumé des besoins

Le résumé des besoins vise à assurer une bonne compréhension des attentes du touriste avant d'entreprendre une recherche de renseignements dans la banque de données ou dans d'autres outils de travail. Avant de passer à l'étape de réponse aux besoins, il est important de s'assurer que toute l'information reçue est claire, surtout lorsque les besoins du touriste sont complexes ou nombreux.

Inutile de tout répéter. Il s'agit de clarifier certaines données ou de compléter l'information afin de s'assurer de la bonne compréhension des besoins du client.

Remarque : il est possible de clarifier les besoins des clients en posant des questions tout au long du processus d'entrevue.

Étape 4 : La réponse aux besoins

La réponse aux besoins :

- présente les choix possibles et en souligne les avantages
- propose des choix auxquels le touriste n'avait pas pensé (p. ex. : attrait, manifestations, activités).

Il importe de s'assurer que l'information fournie au touriste est exacte, complète, et qu'elle répond à ses besoins. Il faut toujours vérifier si le touriste a bien compris les explications.

Certaines questions sont plus délicates : Avez-vous un bon restaurant à me conseiller? Lequel est le meilleur selon vous? Pour offrir une réponse objective, on pourra notamment accéder à des articles de journaux ou encore proposer au client de consulter avec lui les avis des internautes, sur TripAdvisor ou d'autres sites collaboratifs du genre.

Étape 5 : Le soutien

Le soutien consiste à remettre la documentation pertinente, à en expliquer le contenu et le mode d'utilisation. À cette étape, le conseiller s'assure que rien n'a été oublié et que le touriste est satisfait.

Au comptoir, le conseiller remet la documentation imprimée pertinente ou la transmet par voie électronique (courriel) et en explique le contenu ainsi que le mode d'utilisation.

Au téléphone, le conseiller confirme la transmission des liens Internet ou de l'information par courriel. Si le client n'a pas accès aux courriels ou à Internet, on pourra lui donner les coordonnées où s'adresser pour obtenir les documents imprimés.

Au comptoir, le conseiller remet la documentation imprimée pertinente ou la transmet par voie électronique (courriel) et en explique le contenu ainsi que le mode d'utilisation.

Au téléphone, le conseiller confirme la transmission des liens Internet ou de l'information par courriel. Si le client n'a pas accès aux courriels ou à Internet, on pourra lui donner les coordonnées où s'adresser pour obtenir les documents imprimés.

Par courriel, par clavardage ou sur les médias sociaux, on transmet les liens Internet et les autres renseignements pertinents.

Étape 6 : La promotion

La promotion peut se faire à toutes les étapes de l'acte de renseignement. Elle a pour objectif d'inciter le touriste à faire un plus long séjour ou de lui donner le goût de revenir pour découvrir une nouvelle région, un attrait ou une activité.

À la fin de l'acte de renseignement, le conseiller en séjour fera la promotion des services de Tourisme Québec afin d'induire la fidélisation. Il invitera le touriste à communiquer, au besoin, avec le centre d'appels au numéro de téléphone sans frais, par courriel ou par clavardage, à visiter d'autres lieux d'accueil touristique et à consulter le site *QuebecOriginal.com*. Il invitera également le touriste à partager son expérience de voyage sur les réseaux sociaux.

Un signet comportant les principales informations sera mis à la disposition des conseillers pour distribution à la clientèle.

La collecte de données

La collecte de données permet de mieux cerner le profil des touristes dans le but de leur offrir un service toujours mieux adapté ainsi que pour de potentielles activités de commercialisation. Nous devons toutefois obtenir leur autorisation pour inscrire leur nom sur des listes utilisées à des fins de promotion particulière ou de publipostage, ou encore pour la réalisation de sondages en recueillant leur adresse de courriel.

Les plaintes

Il est tout à fait légitime de la part d'un touriste d'exprimer ses doléances après avoir reçu un service insatisfaisant. Vous avez un rôle important à jouer en lui démontrant de l'empathie et en lui indiquant que sa plainte sera traitée et acheminée aux parties concernées.

La démarche est simple :

- écouter le touriste afin de bien saisir les éléments objectifs qui l'ont conduit à formuler sa plainte
- manifester de l'empathie par des gestes appropriés
- lui offrir de formuler sa plainte par courriel ou par Internet sur le site du Ministère ou lui offrir de compléter le formulaire avec lui et ensuite l'acheminer à qui de droit
- expliquer la marche à suivre pour le plaignant et le processus de traitement de la plainte
- transmettre les cas difficiles à son supérieur
- s'il s'agit d'une plainte concernant un employé du service d'accueil, le cas devra être transféré à un chef d'équipe

Exercice 2 : Comportements à adopter et à éviter

Selon vous, quels comportements devez-vous adopter pour assurer la satisfaction du touriste?

Quels sont les comportements à éviter?

3. LES ATTITUDES À MAÎTRISER

L'ART D'ÊTRE À L'ÉCOUTE

Quand on s'adresse à quelqu'un, on veut être écouté. L'une des tâches du conseiller en séjour est de créer un climat propice à la communication. Pour y arriver, l'un des moyens consistent à écouter les autres quand ils parlent.

Comment écouter?

- Avoir une attitude active.
- Regarder celui qui parle. Le laisser parler.
- Être objectif : une opinion est une opinion, un fait est un fait.
- Cerner le besoin.
- S'entendre avec le touriste.
- Réagir, s'il y a lieu.

Écouter, ce n'est pas formuler ma réponse pendant que l'autre me parle.

Écouter, c'est être entièrement disponible pour l'autre.

Écouter, c'est respecter celui qui prend le temps de me communiquer quelque chose.

La nature a donné à l'homme deux oreilles, mais une seule langue. Il s'agit d'une façon de lui rappeler qu'il doit écouter deux fois plus qu'il parle!

LES SITUATIONS DIFFICILES

Dans les cas « d'humeurs inégales », il existe une méthode subtile et efficace qui aide à désamorcer les situations potentiellement explosives. Il s'agit :

- d'écouter avec intérêt lorsque l'autre personne révèle ses sentiments et l'encourager à exprimer tout ce qu'elle ressent
- d'être empathique en montrant que vous comprenez et que vous acceptez les sentiments de l'autre : « Je vois ce que vous voulez dire... »
- d'éclaircir la situation en posant des questions complémentaires afin de cerner la vraie nature du problème qui a entraîné ces sentiments et d'être mieux en mesure d'apporter votre aide
- de suggérer une solution au problème parce que, sans le dire au touriste mécontent, il faut plutôt lui démontrer qu'il n'existe pas de problème, mais seulement des solutions

4. LES MISES EN SITUATION

La participation de tous est essentielle. L'objectif consiste à simuler des actes de renseignements pour illustrer de façon claire chacune des étapes. L'interaction générale sera donc des plus stimulantes.

À tour de rôle, les participants jouent le rôle du conseiller en séjour. Un autre participant joue le rôle du touriste. Ils vont jouer leur scène à l'avant. Seul le touriste sait ce qu'il demandera au conseiller.

Les conseillers qui jouent le rôle du touriste s'en tiennent au scénario des mises en situation pour cibler leurs efforts sur l'apprentissage de la technique et non sur le contenu de l'information donnée. Pendant ce temps, les observateurs notent leurs commentaires sur la fiche d'observation.

Après chaque mise en situation, cinq minutes seront allouées aux observateurs pour émettre leurs commentaires à l'aide de la fiche d'observation.

Le conseiller en séjour

En vous reportant à la mise en situation choisie par la personne qui va jouer le rôle du touriste, imaginez-vous dans la situation décrite et accomplissez un acte de renseignement en mettant en pratique le Service par excellence.

Le touriste

En vous reportant à la mise en situation retenue, jouez le rôle du touriste.

L'observateur

En utilisant une fiche d'observation fournie par votre animateur, évaluez l'acte de renseignement en vérifiant si le conseiller a respecté chaque étape du Service par excellence. Prenez des notes, puis formulez vos commentaires ou suggestions.¹

¹ Fiche d'observation en annexe

Mise en situation 1 – Centre Infotouriste de Rigaud, un vendredi, 11 h, en juin

Deux dames de la ville d'Hawkesbury en Ontario : elles organisent les vacances d'été des enfants et recherchent des excursions d'une journée à faire avec eux.

Mise en situation 2 – Centre Infotouriste de Rigaud, en juillet

Des touristes du Wisconsin en autocaravane, seront deux jours à Montréal et s'arrêteront quelques jours à Québec pour ensuite se rendre dans les provinces maritimes : ils demandent s'il y a un terrain de camping, offrant un service de navette, ou de transport en commun, vers le centre-ville de Montréal.

Mise en situation 3 – Centre Infotouriste de Rigaud, en août

Des gens de Val D'or sont en route vers la Gaspésie. Ils vont s'arrêter pour la nuit à Lévis : « Quelle autoroute permet de contourner Montréal? »

Mise en situation 4 – Centre Infotouriste de Rivière-Beaudette

Des touristes veulent des renseignements sur le Musée des Beaux-Arts de Montréal afin de connaître l'exposition présentée et vous demandent s'il est possible de recevoir cette information de façon numérique.

Mise en situation 5 – Centre Infotouriste de Rivière-Beaudette

Des touristes ontariens demandent l'adresse de l'hôtel Best Western à Québec afin de pouvoir mettre l'information dans leur GPS pour s'y rendre.

Mise en situation 6 – Centre Infotouriste de Rivière-Beaudette en septembre

Des touristes australiens intéressés par le plein air ont entendu parler de l'activité Via Ferrata et se demandent où ils peuvent en faire aux alentours de Montréal.

Mise en situation 7 – Centre Infotouriste de Dégelis en juin

Un groupe de quatre personnes veut faire du vélo : « on nous a dit qu'il y a une très belle piste cyclable dans la région et que c'est très beau. Avez-vous des informations? Quel segment de la piste est le plus beau? »

Mise en situation 8 – Centre Infotouriste de Dégelis en juillet

Un couple se présente : « Nous allons passer cinq jours dans la région. Où peut-on louer de l'équipement pour profiter des plans d'eau? Que nous conseillez-vous? »

Mise en situation 9 – Centre Infotouriste de Dégelis, un mercredi après-midi de juillet

Un couple de retraités veut connaître la meilleure route pour se rendre à Toronto. Il a aussi besoin de savoir où sont situées les stations de vidange pour son autocaravane (ils comptent demeurer quelques jours au Québec).

Mise en situation 10 – Centre Infotouriste de Québec, un samedi après-midi de juillet

Un jeune couple dans la trentaine vous demande si vous avez un guide des festivals et d'autres événements au Québec (il souhaite séjourner à la ferme, auto, fin de semaine, fin juillet, bonne bouffe et veut aller au festival de la crevette à Matane).

Mise en situation 11 – Centre Infotouriste de Québec, en juin

Un couple à la retraite qui passe un mois au Québec en véhicule motorisé vous demande une carte du Québec et un guide des terrains de camping (la carte est vendue).

Mise en situation 12 – Centre Infotouriste de Québec, un mardi matin de juin

Une dame dans la cinquantaine veut visiter la ville, mais ne peut pas marcher. Elle veut savoir quelles sont les possibilités.

Mise en situation 13 – Centre Infotouriste de Québec, en juin

J'ai entendu parler des Marionnettes géantes? Ça se trouve dans quelle région? Y a-t-il de l'hébergement tout près?

Mise en situation 14 – Centre Infotouriste de Québec, en juillet

Qui a-t-il à voir à l'île d'Orléans?

Mise en situation 15 – Centre Infotouriste de Québec, un dimanche, 11 h, en été

Un couple de Français dans la cinquantaine est à Québec pour la journée et veut des suggestions (artisanat local, expositions, rencontre avec des Autochtones).

Mise en situation 16 – Centre Infotouriste de Montréal, un dimanche matin de septembre

Deux jeunes Français vous demandent où ils peuvent trouver une auberge de jeunesse (à pied, en voyage pour cinq jours, histoire, randonnée pédestre dans un parc provincial).

Mise en situation 17 – Centre Infotouriste de Montréal, un samedi de juillet

Un homme seul dans la vingtaine vous demande des renseignements sur le Festival de jazz (hôtel, cinq jours, première visite à Montréal).

Mise en situation 18 – Centre Infotouriste de Montréal, un jeudi, midi, en été

Des touristes prennent l'avion ce soir à 19 heures, ils viennent de quitter leur hôtel. Ils veulent laisser leurs valises quelque part pour quelques heures. Ils aimeraient visiter le Vieux-Montréal avant d'aller à l'aéroport.

Mise en situation 19 – Centre Infotouriste de Montréal en août

Une famille de Français, adultes et enfants vous demande où l'on peut voir les ours, les toucher et monter sur leur dos! Ils ont fort heureusement une voiture et ils voyagent en juillet. Que peut-on leur suggérer?

Mise en situation 20 – Centre Infotouriste de Montréal en mai

Deux quinquagénaires américaines en fauteuil roulant se présentent au CIT de Montréal. Elles désirent voyager avec le plus de facilité possible avec leur fauteuil dans le métro et les autobus. Elles veulent savoir quels hôtels et attractions sont accessibles à la clientèle à mobilité réduite. Étant donné qu'elles ont des questions très pointues, comment pourrait-on les aider?

Mise en situation 21 – Centre Infotouriste de Montréal, un mardi, 13 h, en mai

Je voudrais connaître la ville souterraine et le Vieux-Montréal à pied avec un guide accompagnateur qui parle espagnol, est-ce que c'est possible?

Mise en situation 22 – Centre d'appel, un mardi, 15 h, en mai

Une cycliste vous téléphone du Plateau Mont-Royal, elle désire connaître le trajet à vélo à partir de chez elle vers le Parc linéaire St-Jérôme. Elle veut profiter de la belle journée qu'on annonce pour le lendemain. Que faites-vous pour l'aider?

Mise en situation 23 – Centre d'appels, client de l'Ontario, un jeudi, vers 13 h 30, début juillet

Un homme dans la trentaine a déjà reçu de l'information sur Montréal, mais aimerait que vous lui suggériez un hôtel pour la fin de semaine (avion, vie nocturne, cuisine française).

Mise en situation 24 – Centre d'appels, cliente du Québec, un lundi matin d'avril

Une femme de New York a vu une annonce dans le journal et aimerait recevoir de l'information sur le Québec (hôtels, musées, gastronomie, histoire, arts, durée et période indéterminées). Le couple viendra en auto et adore magasiner dans les boutiques exclusives.

Mise en situation 25 – Centre d'appels, client de Montréal, un samedi pluvieux, 10 h 15, en juillet

Un homme veut savoir ce que l'on peut faire aujourd'hui (transport en commun, activités variées, trois personnes : un adulte, deux enfants de 12 et 14 ans).

Mise en situation 26 – Centre d'appels, cliente du Québec, un dimanche matin de mai, ensoleillé et chaud, 9 h

Une femme aimerait faire une activité de plein air avec ses enfants pour la journée. Elle souhaite obtenir des suggestions (auto, glissade d'eau, enfants de 10 et 12 ans, à



Mise en situation 27 – Centre d’appels, cliente de Montréal, un mardi matin à 10 h 30, début juin, touriste en attente depuis dix minutes

Une secrétaire irritée et impatiente a besoin du guide d’hébergement du Québec afin de faire des réservations pour le président de son entreprise (hôtel première classe, automobile, fin juin, quatre jours, ne connaît pas les intérêts du président).

Mise en situation 28 – Salle d’accueil bondée, trois préposés sur huit absents

Un homme d’affaires fâché et agressif vous demande une carte routière. Veut planifier des vacances dans Charlevoix pour juillet (auberge, voiture, une semaine, nature, petits villages, tranquillité, couple). [La carte est vendue].

Mise en situation 29 – Centre d’appels, client des États-Unis, un mercredi matin, 9 h 15, début avril

Un professeur dans la quarantaine, connaissant très bien Montréal, y sera les 13 et 14 juin avec un groupe d’étudiants. Il souhaite obtenir des suggestions d’activités socioculturelles (hôtel centre-ville, autocar, deux jours, groupe de 35 personnes entre 17 et 19 ans, suivent des cours de français).

5. LE COMPORTEMENT PROFESSIONNEL

Le TOURISTE est pour nous ce qu'il y a de plus important, il est l'âme de notre travail.

TOUT CE QU'UN BON CONSEILLER DEVRAIT SAVOIR... ET METTRE EN PRATIQUE

- Sourire, parce qu'un sourire vaut mille mots, et ce, même au téléphone.
- S'empresse de répondre aux demandes des touristes.
- Faire preuve, toute la journée, d'une attitude accueillante, chaleureuse et respectueuse avec la clientèle.
- Utiliser les techniques de la méthode Service par excellence.
- Répondre aux touristes en se servant des outils de travail à sa disposition.
- Éviter le tutoiement ou toute familiarité avec les touristes.
- Prendre connaissance tous les jours de l'information nouvelle mise à sa disposition.
- Être toujours courtois et poli, même dans des situations stressantes ou avec les touristes impatients ou difficiles.
- Informer son supérieur des problèmes et proposer des correctifs à apporter.
- Surveiller son apparence personnelle : chevelure, tenue vestimentaire, mains, ongles, etc., en raison du contact étroit avec les touristes.
- Se préoccuper de l'image de son lieu de travail : tenir son poste de travail en ordre, ses documents bien rangés.
- Ne pas intervenir dans l'acte de renseignement de ses collègues, sauf sur demande explicite. Si l'un d'eux donne une information erronée, l'en informer discrètement si possible, ou faire appel au chef d'équipe afin de s'assurer qu'en fin de compte, toute l'équipe possède la même information exacte.
- Respecter les horaires de travail établis par le responsable et être à son poste de travail à l'heure par considération pour ses collègues.
- Éviter les téléphones personnels ou la navigation sur les réseaux sociaux dans un but personnel pendant les heures de travail.
- Éviter toute familiarité avec ses collègues de travail devant les touristes.
- Éviter de crier ou d'élever le ton.
- Éviter de manger, boire et mâcher de la gomme dans les salles d'accueil, car cela nuit à l'image que l'on veut projeter.
- Participer activement à l'entretien et à la promotion d'un climat de travail sain et harmonieux.

LES BONNES MANIÈRES AU TÉLÉPHONE ET AU COMPTOIR

Cinq phrases à reléguer aux oubliettes

Ce qu'il ne faut pas dire	Ce qu'il faut dire
« Je ne sais pas. »	« Laissez-moi vérifier pour vous. » « Si vous voulez bien m'excuser, je vais me renseigner. »
« On n'a pas ça. » ou « On ne fait pas ça. »	« Laissez-moi voir ce que je peux faire pour vous. »
« Vous devriez faire... »	« Pour plus d'information, vous pouvez communiquer avec... »
« Attendez-moi, je vous reviens. »	« Pouvez-vous patienter un moment, s'il vous plaît? »
« Non, Madame/Monsieur... »	Employer des formulations positives.

Pourquoi est-il toujours essentiel de répondre promptement au téléphone?

- Pour éviter de donner l'impression que personne n'est disponible pour répondre.
- Par simple courtoisie.
- Par souci d'efficacité et pour donner confiance à la personne au bout du fil.
- Pour donner à la personne qui téléphone le sentiment que son appel est le bienvenu.

En répondant au téléphone, pourquoi doit-on d'abord se nommer et ensuite offrir son aide?

- Pour que la personne qui appelle sache à qui elle parle.
- Pour personnaliser l'appel.

Voici quelques raisons pour ne pas laisser les gens attendre au téléphone :

- Éviter de faire perdre du temps à la personne qui appelle.
- Le téléphone et les circuits sont libérés plus rapidement.
- Le temps paraît toujours plus long quand on attend au téléphone.

Quelles mauvaises impressions risque-t-on de donner à quelqu'un qui attend plus longtemps que prévu?

- La personne peut croire qu'on l'a oubliée.
- Elle peut croire que l'appel n'est pas jugé suffisamment important pour qu'on s'en occupe.
- Elle peut raccrocher, pensant que la communication a été coupée.
- Elle peut penser que le conseiller n'a pas les connaissances nécessaires.

Comment éviter ce genre de situation?

- Pour éviter de donner ces impressions, il faut reprendre la communication après environ une minute.

Exemple : « Je regrette, mais il me faudrait plus de temps pour trouver les renseignements que vous me demandez. Désirez-vous attendre? »

Lorsqu'il est nécessaire de mettre quelqu'un en attente pour obtenir des renseignements, que faut-il dire ou faire, et pourquoi?

Ce qu'il faut dire	Pourquoi?
Informez votre interlocuteur que vous devez le faire attendre. P. ex. : « Si vous voulez bien m'excuser, je vais me renseigner. »	C'est une marque de courtoisie.
Offrir à la personne d'attendre, mais si ce n'est pas possible, lui offrir de lui répondre par courriel. La dernière solution de rechange consistera à lui offrir de la rappeler.	Il peut lui être impossible d'attendre.

Ce qu'il ne faut pas faire	Pourquoi?
Déposer l'appareil sur une surface dure ou négliger de mettre le touriste en attente.	Ainsi, vous ne ferez pas tinter les oreilles de votre interlocuteur.
Omettre d'abaisser le bouton de retenue si l'appareil en a un.	Vous pourrez ainsi parler avec vos collègues sans être entendu au téléphone.

Si vous recevez une demande concernant un sujet qui n'est pas de votre compétence, que devez-vous faire?

Au téléphone :

- Expliquer poliment que cette question n'est pas de votre ressort.
- S'il y a lieu, confier l'appel à la personne responsable.
- Le cas échéant, diriger l'appel vers la bonne ressource lorsqu'il est possible de le faire.

Au comptoir, par clavardage, par courriel ou sur les médias sociaux :

- Expliquer poliment que cette question n'est pas de votre ressort.
- Fournir les coordonnées de l'organisme en mesure de répondre à la demande (si possible).

COMMENT ACQUÉRIR UNE VOIX AGRÉABLE AU TÉLÉPHONE

Contrôle de la respiration

La force de votre voix dépend de la respiration. Une bonne posture, droite, mais non rigide, vous aide à mieux respirer. Une respiration irrégulière interrompt votre débit habituel et donne parfois l'impression d'un manque d'intérêt ou de fatigue.

Énonciation

Une articulation claire est essentielle, car votre interlocuteur ne peut pas lire sur vos lèvres ou voir vos expressions.

Ton

Un ton de voix plus bas porte mieux et est plus agréable à l'oreille de l'auditeur. Un haut ton de voix tend à devenir perçant et irritant.

Inflexion

La montée et la descente de votre voix n'aident pas seulement à exprimer des pensées, mais ajoutent aussi de la personnalité à votre voix; une voix monotone peut être interprétée comme un manque d'intérêt.

SE COMPORTER EN PROFESSIONNEL

Exercice 3 : Vrai ou faux?

1. Lorsqu'un conseiller est libre, il peut se permettre de faire des appels personnels s'il juge que ça ne dérange pas le service.
2. Un conseiller doit avoir toute la journée une attitude accueillante, chaleureuse et respectueuse avec les touristes.
3. Un conseiller doit bien écouter le touriste afin d'être en mesure de poser les questions qui lui permettront de prendre connaissance des besoins du touriste et de ses goûts précis pour faire les suggestions appropriées.
4. Un conseiller devrait tutoyer le touriste pour le mettre à l'aise.
5. Un conseiller ne doit pas s'empresse de répondre au touriste qui se présente au comptoir, sinon celui-ci se sent bousculé.
6. Un conseiller devrait participer attentivement à entretenir et à promouvoir un climat de travail sain et harmonieux.
7. Un conseiller peut se permettre d'être désagréable envers un touriste déplaisant.
8. Lorsqu'un conseiller est libre, il peut se reposer en lisant ou en faisant des jeux sur Internet.
9. Il est très important de se nommer au téléphone.
10. Un conseiller doit décourager toute familiarité avec ses collègues de travail en présence des touristes.
11. Un conseiller devrait éviter de crier ou d'élever le ton.
12. Un conseiller devrait accepter des pourboires, des cadeaux ou des gratifications si le touriste ou l'intervenant insiste et persiste.
13. Un conseiller devrait éviter de manger, de boire ou de mâcher de la gomme dans la salle d'accueil ou au téléphone.
14. Un conseiller devrait se tenir au courant des événements, des nouvelles et de la météo.
15. Il n'est pas nécessaire, pour le conseiller, d'avertir ses superviseurs des changements d'horaire faits avec ses collègues étant donné que le travail se fait de toute façon.
16. Un conseiller peut intervenir entre un collègue et son client s'il juge que son intervention est nécessaire.
17. Un conseiller doit constamment mettre ses connaissances à jour par la lecture de brochures, des outils de travail et des communiqués.

6. RÉPONSES AUX EXERCICES

Exercice 1 : Donnez des exemples de questions ouvertes et fermées portant sur les étapes de la découverte du portrait et des besoins du touriste

Questions ouvertes

- Provenance : D'où venez-vous?
- Durée et moment du séjour : À quel moment comptez-vous voyager au Québec? Pour combien de temps?
- Destination : Quelle est votre destination?
- But de la visite : Qu'est-ce qui vous intéresse quand vous voyagez?
- Type d'hébergement : Quel type d'hébergement recherchez-vous?
- Moyen de transport : Comment vous déplacez-vous?
- Nombre de personnes, y compris les enfants : Combien de personnes vous accompagnent?
- Outils numériques disponibles : De quel type d'outils numériques disposez-vous pendant votre voyage?

Questions fermées

- Provenance : Êtes-vous de...?
- Durée et moment du séjour : Êtes-vous ici pour la journée?
- Destination : Allez-vous à...?
- But de la visite : Êtes-vous ici pour affaires?
- Type d'hébergement : Avez-vous déjà réservé votre hébergement?
- Moyen de transport : Utiliserez-vous votre auto pour vous déplacer?
- Nombre de personnes, y compris les enfants : Y a-t-il des enfants qui voyagent avec vous?
- Outils numériques disponibles : Avez-vous un téléphone intelligent?

Exercice 2 : Comportements à adopter et à éviter

Selon vous, quels comportements devez-vous adopter pour donner satisfaction au touriste?

- Rester calme, laisser le touriste exprimer sa frustration.
- Écouter le touriste, garder le silence s'il est en colère.
- Manifester de l'empathie, baisser le ton.
- Dans la mesure du possible, aider le touriste dans sa démarche, s'assurer des faits et obtenir les documents nécessaires.
- Présenter des excuses sincères, si cela convient, et faire suivre l'information au responsable.
- Utiliser une approche positive.

Quels sont les comportements à éviter?

- S'emporter devant les propos du touriste en colère, hausser le ton.
- Ne pas prendre au sérieux les commentaires du touriste.
- Discuter indûment avec le touriste.
- Essayer de justifier la situation qui fait l'objet de la plainte.

Exercice 3 : Vrai ou faux?

1. Lorsqu'un conseiller est libre, il peut se permettre de faire des appels personnels s'il juge que ça ne dérange pas le service. **F**
2. Un conseiller doit avoir toute la journée une attitude accueillante, chaleureuse et respectueuse avec les touristes. **V**
3. Un conseiller doit bien écouter le touriste afin d'être en mesure de poser les questions qui lui permettront de connaître les besoins du touriste et ses goûts précis, et ainsi de faire les suggestions appropriées. **V**
4. Un conseiller devrait tutoyer le touriste pour le mettre à l'aise. **F**
5. Un conseiller ne doit pas s'empresse de répondre au touriste qui se présente au comptoir, sinon celui-ci se sent bousculé. **F**
6. Un conseiller devrait participer attentivement à entretenir et à promouvoir un climat de travail sain et harmonieux. **V**
7. Un conseiller peut se permettre d'être désagréable envers un touriste déplaisant. **F**
8. Lorsqu'un conseiller est libre, il peut se reposer en lisant ou en faisant des jeux sur Internet. **F**
9. Il est très important de se nommer au téléphone. **V**
10. Un conseiller doit décourager toute familiarité avec ses collègues de travail en présence des touristes. **V**
11. Un conseiller devrait éviter de crier ou d'élever le ton. **V**
12. Un conseiller devrait accepter des pourboires, des cadeaux ou des gratifications si le touriste ou l'intervenant insiste et persiste. **F**
13. Un conseiller devrait éviter de manger, de boire ou de mâcher de la gomme dans la salle d'accueil ou au téléphone. **V**
14. Un conseiller devrait se tenir au courant des événements, des nouvelles et de la météo. **V**
15. Il n'est pas nécessaire, pour le conseiller, d'avertir ses superviseurs des changements d'horaire faits avec ses collègues étant donné que le travail se fait de toute façon. **F**
16. Un conseiller peut intervenir entre un collègue et son client s'il juge que son intervention est nécessaire. **V et F** – De façon très discrète et seulement si l'information dont il est question est erronée. Il est préférable de porter le problème à l'attention de son chef d'équipe afin que l'erreur ne se reproduise pas.
17. Un conseiller doit constamment mettre ses connaissances à jour par la lecture de brochures, des outils de travail et des communiqués. **V**

7. BIBLIOGRAPHIE

Voici une liste d'ouvrages qui ont été consultés pour la rédaction du présent manuel, ou qui vous sont recommandés si vous souhaitez approfondir certains sujets abordés.

Contacts en or avec votre clientèle, Carol Sapin Gold, traduit de l'américain par Roland Ruah, Montréal, Éditions Le Jour, 1985, 159 p.

Communication et réseaux de communications, 3ième édition, Roger Mucchielli, Paris, Les Éditions ESF : Entreprise moderne d'édition : Litec, c.1971, 1988, 109 p.

S'affirmer et communiquer, Jean-Marie Boisvert et Madeleine Beaudry, Montréal, Les Éditions de l'Homme (CIM), 1979, 328 p.

S'aider soi-même, Lucien Auger, Montréal, Les Éditions de l'Homme (CIM), c.1974, 2004, 168 p. *Vaincre ses peurs*, Lucien Auger, Montréal, Les Éditions de l'Homme (CIM), c.1977, 2004, 205 p.

Comment vaincre le stress, Dr. W.G. West, traduction et adaptation Françoise Gélinas, Montréal, Éditions Québecor, 1982, 182 p.

Vaincre le stress, Dr Jean-Michel Delaroche, Paris, Éditions de Vecchi, 1985, 143 p.

D'accord avec soi et les autres, guide pratique de l'analyse transactionnelle, Thomas A. Harris, traduction de l'anglais par MarieThérèse Aligny, Éditions de l'Épi, Paris, c. 1973, 1982, 243 p.

Naître gagnant : l'analyse transactionnelle dans la vie quotidienne, Muriel James et Dorothy Jongeward, traduction de l'américain par Laurie Hawkes, Addison-Wesley Co., Interéditions, Paris, c.1978, 320 p.

Être soi-même, Dorothy Corkhille Briggs, traduit de l'américain par Yvan Steenhout, Éditions de l'Homme (CIM), Montréal, 1979, 270 p.

L'Arc en soi : essai sur les sentiments de privation et de plénitude, Denis Pelletier, Paris, Éditions Laffont / Montréal, Stanké, 1981, 176 p.

La mise en forme psychologique, Richard Corrière et Joseph Hart, traduction de l'anglais par Claire Dupond, Montréal, Éditions de l'Homme (CIM), c.1979, 332 p.

Comment avoir plus de mémoire, Dr Jacqueline Renaud, Montréal, Presses de la Cité, 1980, 202 p.

Cadres et dirigeant efficaces : la méthode Gordon appliquée à la vie professionnelle, Thomas Gordon, traduction de l'américain par Anne-Marie Rouffand; ss la direction de promotion littéraire, Paris, Belfond, c.1980, 1983, 300 p.



Les relations humaines dans l'entreprise, Jean-Pierre Hogue, Montréal, Éditions Commerce; Beauchemin, c.1971, 187 p.

Le répertoire de l'animateur de groupe : 316 expériences structurées en relations humaines, William Pfeiffer et John E. Jones, traduction de l'américain par Marie Bonneau, Montréal, Éditions Actualisation, c.1978-c.1982, 6v.

8. ANNEXES

FICHE D'OBSERVATION

NOM DU CONSEILLER : _____

LES ÉTAPES
ACCUEIL _____
DEMANDE DU TOURISTE _____
DÉCOUVERTE DU PORTRAIT ET DES BESOINS DU TOURISTE
Provenance du touriste _____
Durée du séjour _____
Période du séjour _____
Destination _____
But de la visite et intérêts _____
Moyen de transport _____
Hébergement _____
Nombre de personnes _____
Nombre d'enfants _____
Personnes ayant une incapacité _____
Outils numériques disponibles _____
A posé d'autres questions pertinentes pour préciser la demande du touriste _____ _____

LES ÉTAPES (suite)
RÉSUMÉ DES BESOINS
RÉPONSE AUX BESOINS
SOUTIEN
PROMOTION
COLLECTE DE DONNÉES
ÉVALUATION DE L'ACTE DE RENSEIGNEMENT
ATTITUDE
COMMENTAIRES
SUGGESTIONS

Les personnes handicapées sont de plus en plus actives et présentes au sein de la société. Toutefois, bien qu'elles désirent avoir accès aux mêmes activités et services que les autres, il y a plusieurs obstacles qui empêchent leur pleine participation. Les plus importants sont sans contredit les attitudes et les comportements. En effet, nombre de gens sont mal à l'aise en présence d'une personne handicapée. Ils ne savent pas comment entrer en relation avec elle, ni comment agir. Ce malaise, souvent engendré par la peur de ce qui est différent de même que par un manque de connaissances et d'expérience, a un impact négatif sur la qualité du service offert. Le présent document a pour but de démystifier les besoins de cette clientèle afin que vous soyez en mesure de bien l'accueillir.

ATTITUDES ET COMPORTEMENTS QUI CONTRIBUENT À LA QUALITÉ DU SERVICE

En présence d'une personne handicapée :

- Centrez votre attention sur la personne plutôt que sur sa déficience ou son aide technique ;
- Regardez-la ;
- Adressez-vous directement à elle, même si elle est accompagnée ;
- N'hésitez pas à offrir votre aide ;
- Ne faites pas de suppositions, mais posez plutôt des questions car deux personnes ayant la même déficience peuvent avoir des capacités et des besoins différents ;
- Respectez le choix d'une personne même s'il est difficile de rester à l'écart et de retenir votre envie de l'aider ;
- Ne posez des questions relatives à la déficience que si elles sont pertinentes ;
- Parlez sur un ton normal.

Si une personne est agressive, colérique ou impatiente, agissez comme vous le feriez avec n'importe quel autre client :

- Demeurez courtois et agréable ;
- Soyez diplomate et ne vous sentez pas visé par les colères du client ;
- Excusez-vous s'il y a eu une erreur et corrigez-la ;
- Laissez la personne s'exprimer et proposez ensuite une solution ou faites le nécessaire pour lui rendre service.

UN SERVICE DE QUALITÉ ADAPTÉ AUX BESOINS DES PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE

Comme vous le savez, la qualité de la communication a un impact sur le taux de satisfaction des clients. Or, pour un grand nombre de personnes, communiquer est difficile. En effet, alors que l'ouïe, la vision et le langage sont nos principaux moyens de communication avec les autres, en 2001 au Canada, « un peu plus d'un million (4,4 %) d'adultes ont affirmé avoir une incapacité liée à l'ouïe, quelque 600 000 (2,5 %) avaient des troubles de vision, et l'incapacité liée à la parole était déclarée par environ 360 000 (1,5 %) des personnes de 15 ans et plus. »

Par ailleurs, près de 2,5 millions (10,5 %) de Canadiens et Canadiennes avaient une limitation fonctionnelle liée à la mobilité.

L'information présentée dans la présente partie vous aidera à mieux communiquer avec vos clients handicapés et à mieux les servir.

PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE MOTRICE

La déficience motrice affecte les mouvements des personnes, qui peuvent, par exemple :

- Avoir de la difficulté à marcher ou même en être incapables ;
- Avoir du mal à tenir des objets, à se pencher, à lever les bras, etc., ou en être incapables ;
- Utiliser une canne, des béquilles, un déambulateur ou un fauteuil roulant.

Si un comptoir n'est pas adapté et que la personne se déplace à l'aide d'un fauteuil roulant :

- Offrez-lui une tablette ou un autre objet ayant une surface rigide pour lui faire signer un document ;
- Approchez-vous d'elle pour prendre ou lui remettre un objet et attendez qu'elle le tienne bien avant de le lâcher.

Lorsque vous accompagnez une personne utilisant une aide à la mobilité :

- Indiquez-lui les distances qu'elle aura à parcourir pour qu'elle puisse décider si elle aura besoin d'utiliser un fauteuil roulant manuel pour ses déplacements ;
- Demandez-lui de quel côté vous devez vous placer pour l'aider ou si elle souhaite être poussée ;
- Ouvrez-lui les portes si la personne vous le demande.

Avant de pousser un client en fauteuil roulant :

- Demandez-lui s'il veut être poussé ;
- Assurez-vous que ses pieds sont bien sur les appuie-pieds et que vous ne risquez pas de lui blesser les bras, les mains ni les doigts ;
- Assurez-vous qu'aucun objet n'est coincé dans les roues (manteau, écharpe, sac, etc.) ;
- Dites-lui quand vous êtes prêt à le pousser ;
- Marchez d'un pas régulier, pas trop rapide ;

PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE VISUELLE

Les personnes ayant une déficience visuelle peuvent avoir, entre autres, de la difficulté à lire, à se déplacer dans des endroits qui ne leur sont pas familiers, à voir distinctement sous un faible éclairage ou dans des endroits ombragés ou à reconnaître des personnes.

Cependant, la plupart d'entre elles voient à des degrés divers. Par exemple, certaines distinguent la lumière et l'obscurité, d'autres peuvent lire les gros caractères et d'autres encore voient les formes.

Lorsque vous communiquez avec un client ayant une déficience visuelle :

- Identifiez-vous toujours en disant votre nom et votre fonction ;
- Parlez sur un ton normal ;
- Touchez doucement son bras pour attirer son attention et assurez-vous qu'il sait que vous vous adressez à lui ;
- Avisez-le lorsque vous quittez, pour éviter qu'il ne continue à vous parler.

Ne pas distraire les chiens-guides ou autres chiens-aidants lorsqu'ils portent un harnais.

Lorsque vous guidez une personne ayant une déficience visuelle :

- Demandez à la personne si elle désire être guidée ;
- Offrez-lui de prendre votre coude (ou votre épaule, si elle est plus grande que vous) ;
- Signalez-lui les escaliers, les portes et les autres obstacles ;
- Approchez-vous des escaliers de face et non pas de biais, en précisant où se trouve la main courante et s'il faut monter ou descendre les marches et prévenez la personne lorsqu'elle a atteint les dernières marches ;
- Si vous devez franchir une porte, indiquez-lui si elle s'ouvre par la droite ou par la gauche et s'il faut tirer la porte vers soi ou la pousser ;
- Si la personne le désire, décrivez, tout en marchant, l'aménagement des lieux et indiquez-lui où se trouvent les toilettes, etc. ;
- Si vous devez faire attendre une personne ayant une déficience visuelle à un endroit pour quelques minutes, rappelez-vous de la laisser quelque part où elle sera en contact avec un objet fixe tel qu'un mur : cela la rassurera. Et n'oubliez pas qu'elle vous attend...

PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE AUDITIVE

La déficience auditive peut être plus ou moins sévère.

Elle peut aussi être à l'origine de différentes difficultés, par exemple : avoir l'impression que l'interlocuteur marmonne, avoir du mal à entendre certains sons, l'information donnée ou les annonces sonores ou avoir de la difficulté à converser au téléphone ou à bien entendre quand il y a beaucoup de bruit.

Pour communiquer avec un client ayant une déficience auditive et qui lit sur les lèvres :

- Placez-vous en face de lui ;
- Assurez-vous que votre visage est bien éclairé ;
- Parlez normalement ;
- Évitez de crier ;
- Évitez de regarder ailleurs ;
- Employez des synonymes ;
- Offrez un crayon et du papier ;
- En présence d'un interprète, adressez-vous au client.

Attention aux barbes et moustaches qui cachent les lèvres !

PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE DE LA PAROLE OU DU LANGAGE

Les personnes ayant ce type de déficience peuvent, entre autres :

- Avoir de la difficulté à articuler ;
- Bégayer ;
- Être incapables de parler ;
- Chercher leurs mots péniblement.

La plupart de ces personnes n'ont pas de déficience intellectuelle. Certaines communiquent à l'aide d'un tableau.

Lorsque vous communiquez avec un client ayant une déficience de la parole ou du langage :

- Restez CALME ET PATIENT ;
- Faites-le répéter si vous ne comprenez pas ;
- Évitez de terminer ses phrases ;
- Répétez ce qu'il a dit pour vous assurer d'avoir bien compris ;
- Offrez-lui un crayon et du papier ;
- S'il communique à l'aide d'un tableau, prenez le temps de bien regarder ce qu'il indique.

PERSONNES AYANT UNE DÉFICIENCE INTELLECTUELLE

Qu'est-ce que la déficience intellectuelle ?

La déficience intellectuelle représente un fonctionnement intellectuel inférieur à la moyenne et des difficultés d'adaptation. Il s'agit d'un état permanent et non d'une maladie.

Les personnes ayant une déficience intellectuelle peuvent, entre autres, avoir de la difficulté à :

- Apprendre ;
- Résoudre des problèmes ;
- Se concentrer et mémoriser ;
- Communiquer et développer des habiletés sociales ;
- Respecter les normes inhérentes à la vie en société (ex.: manque d'inhibition) ;

Pour communiquer avec une personne ayant une déficience intellectuelle :

- Adressez-vous à elle comme une personne normale, sans l'infantiliser ;
- Soyez patient ;
- Parlez d'un seul sujet à la fois et évitez de vous égarer du sujet ;
- Utilisez des phrases courtes avec des mots simples ;
- Validez que la personne a bien compris en lui posant des questions auxquelles elle peut répondre par oui ou non ou en lui demandant de reformuler ce qu'elle a saisi ;
- Si elle n'a pas compris, réexpliquez calmement en utilisant d'autres termes ;
- Si elle effectue un achat, soyez précis quant à la somme due ;
- Si vous lui rendez la monnaie, soyez précis quant à la somme rendue et comptez à voix haute lentement.

PERSONNES AYANT UN TROUBLE DU SPECTRE DE L'AUTISME

Qu'est-ce que le trouble du spectre de l'autisme (TSA) ?

Un trouble du spectre de l'autisme est un trouble du développement neurologique.

C'est un état et non une maladie. Les personnes ayant un trouble du spectre de l'autisme ont du mal à communiquer, à interagir avec les autres.

La personne avec un TSA rencontre, entre autres, des difficultés à :

- Communiquer et interagir avec les autres ;
- Interpréter le langage non verbal ;
- Se faire comprendre ;
- Apprendre.

La personne ayant un TSA, peut :

- Ne pas chercher à entrer en relation avec les autres ;
- Ne pas saisir instinctivement les normes sociales implicites ;
- Avoir des intérêts peu nombreux mais très développés ;
- Avoir des réactions émotionnelles subites et intenses ;
- Avoir des gestes ou comportements répétitifs ;
- Être anxieuse.

Pour communiquer avec une personne ayant un TSA :

- Respectez ses intérêts ;
- Parlez d'un seul sujet à la fois avec précision ;
- Utilisez des phrases courtes avec des mots simples ;
- Informez-la du déroulement de l'activité ou de la journée ;
- Limitez les imprévus.

PERSONNE AYANT UN TROUBLE DE SANTÉ MENTALE

Qu'est-ce que le trouble de santé mentale ?

La maladie mentale affecte le comportement. Le fonctionnement intellectuel ou neurologique n'est pas affecté. Les personnes qui ont un trouble de santé mentale vivent généralement une profonde détresse. Il ne s'agit pas d'un manque de volonté.

Parmi les troubles de santé mentale, on retrouve :

- Les troubles de l'humeur (dépression, bipolarité, etc.) ;
- Les troubles alimentaires (anorexie, boulimie, etc.) ;
- Les troubles anxieux (stress post-traumatique, trouble obsessionnel-compulsif, trouble de panique, etc.) ;
- La schizophrénie ;
- Les troubles de la personnalité (personnalité limite, asociale, narcissique, etc.).

Pour communiquer avec une personne ayant un trouble de santé mentale :

- Écoutez la personne et validez ses émotions, car les minimiser risque d'empirer son sentiment d'isolement ;
- Demeurez calme et posé, même si la personne ne l'est pas ;
- Répondez calmement et précisément à ses questions, rationnelles ou non ;
- Répétez l'information sans montrer de signe d'impatience, même si la question est posée plusieurs fois ;
- Respectez ses silences.

PERSONNES ÂGÉES

Le vieillissement n'est pas une maladie mais un processus normal de la vie. Après 65 ans, il est possible de mener une vie active, même si le rythme de vie diminue et que certains maux ou certaines maladies surviennent.

Les personnes âgées sont des personnes adultes qui ont chacune leur personnalité, leurs qualités, leurs défauts et leurs capacités. Elles ne sont pas toutes identiques. Certaines n'ont aucun besoin particulier.

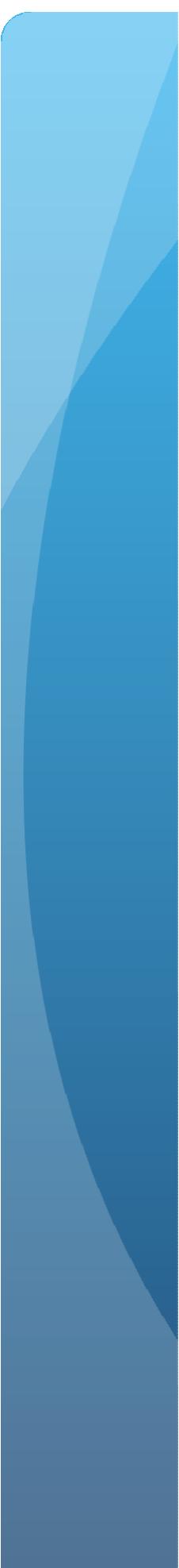
Il y en a d'autres pour qui il peut être difficile de faire certaines choses : se souvenir d'un trajet ou des règles d'un jeu, lire un menu, entendre ou comprendre de l'information, suivre votre rythme.

Pour offrir un service de qualité adapté aux besoins d'une personne âgée :

- Observez bien la personne ;
- Adressez-vous directement à elle ;
- Parlez sur un ton normal ;
- Respectez son rythme ;
- Vuvoyez-la ;
- Évitez d'utiliser des expressions telles que « ma petite madame » et « mon petit monsieur » ;
- Ne prenez pas de décisions pour elle ;
- Si elle a des difficultés de préhension, demandez-lui si elle souhaite avoir de l'aide.

Notes





Notes

