

Accueil client

dans les clubs FFVoile de la
Région Nouvelle Aquitaine

Welcome book

Guide de
recommandations
pour un accueil
de qualité



SOMMAIRE

01 L'accueil client	p02
02 Une bonne communication	p04
03 Un environnement accueillant	p06
04 Un accueil chaleureux	p07
05 Une réservation efficace	p08
06 Une prise en charge de qualité	p10
07 Une fidélisation de la clientèle	p12

L'ACCUEIL CLIENT

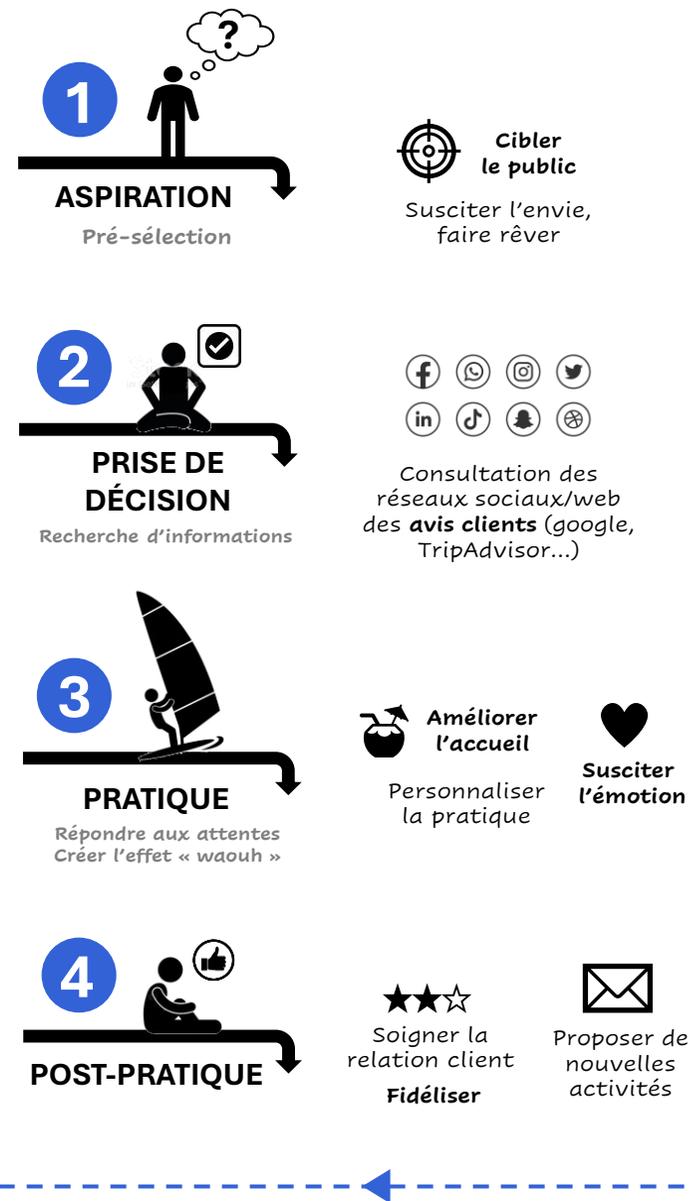
L'accueil client dans un centre nautique joue un rôle crucial pour influencer l'expérience globale du client et avoir un impact positif sur l'image de la structure.

L'accueil est le premier contact direct entre le client et le centre nautique. Une première impression positive peut mettre le client à l'aise, créer une atmosphère conviviale et sérieuse et augmenter la probabilité de fidélisation.

Mais l'accueil se joue à toutes les étapes du parcours client :

- en amont de sa visite pour susciter l'envie et l'aider dans sa recherche d'information,
- pendant sa visite : aux abords du site, à l'accueil et pendant sa pratique nautique,
- et, après sa visite afin de fidéliser le client et lui donner envie de revenir pratiquer.

Toute l'équipe a un rôle à jouer pour bien accueillir les clients. Ce guide en compile les fondamentaux et permet de sensibiliser les personnels d'accueil, les moniteur.trices, et les dirigeant.es à l'importance d'un accueil de qualité.





EN AMONT

UNE BONNE COMMUNICATION

Check List

Présence numérique et référencement

Les informations relatives à la structure nautique sur au moins un moteur de recherche sont actualisées.

[Ex. Google My Business, page jaune...]

La structure nautique possède un site internet dédié et bien référencé, qui présente les offres d'activités (contenu, durée, âge, niveau), les informations pratiques (périodes d'ouverture, tarifs, moyens de paiement, accessibilité handi...) et les informations d'accès (plan, outil de gestion d'itinéraire).

Une réservation en ligne est possible.

Le site internet est traduit en anglais.

Le site Internet est consultable sur smartphone et/ou tablette.

Réseaux sociaux

La structure nautique est présente sur au moins un réseau social. La page dédiée est actualisée régulièrement.

L'outil de communication

La structure nautique possède son propre outil de communication. [Ex. applications, brochure papier ou téléchargeable, flyer, carte de visite...]

L'outil de communication est soigné et attractif, il présente les offres d'activités (contenu, durée, âge, niveau), les informations pratiques (périodes d'ouverture, tarifs, moyens de paiement, accessibilité handi...) et les informations d'accès.

L'outil de communication est traduit en anglais.

Stratégie de communication

L'établissement fait connaître son offre et ses services. [Ex. Office de Tourisme, commerces de proximité, campagne de presse, radio, TV, participations à des salons...]

Le cheminement et les abords du site

La signalétique dans la ville est claire et remarquable. [intégration dans les panneaux routiers]

Les espaces extérieurs sont propres et organisés.

Le site dispose d'un parking privé ou public à moins de 200 mètres de l'entrée de la structure ou du lieu de rendez-vous, et une aire de stationnement 2 roues.



SUR SITE

UN ENVIRONNEMENT ACCUEILLANT

Check List

L'entrée du site

La signalétique est soignée, propre et en bon état.
[présentation des offres en fonction des publics visés, pas d'affichages parasites ou déchirés ou plus d'actualité]



Les tarifs sont clairement affichés et visibles même si l'accueil est fermé.



Les affichages des documents réglementaires sont soignés et actualisés.



Les affiches sont traduites en au moins une langue étrangère (anglais à minima).



Les horaires d'ouverture de l'accueil sont affichés.



L'espace d'accueil

L'agencement et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.



L'espace d'accueil est bien ordonné et propre.



L'ensemble des activités nautiques sont présentées et explicitées avec des photos (peu de termes techniques)



Les  : L'affichage d'un trombinoscope du personnel.
L'affichage « Aujourd'hui votre Responsable Technique Qualifié est ... ».



SUR SITE

UN ACCUEIL CHALEUREUX

Recommandations

L'accueil du client à son arrivée

Une permanence est assurée à l'accueil pendant les heures d'ouverture définies du point d'accueil.

Le client est spontanément salué à son arrivée, et sa prise en charge est rapide, l'accueil est cordial et souriant.

Le positionnement du personnel ou la tenue vestimentaire permet une identification aisée.

La tenue corporelle et vestimentaire du personnel d'accueil est propre et soignée.

Le client identifie rapidement les langues parlées par le personnel de l'établissement soit par un affichage extérieur, soit par la mention des langues parlées sur le badge du personnel en contact avec le client.

L'accueil et le paiement peuvent être assurés en anglais.

La prise en charge du client est efficace. Si le personnel d'accueil est occupé, il fait un signe de reconnaissance. Il donne priorité à l'accueil des clients par rapport aux autres tâches (notamment le téléphone, prise de coordonnées et rappel du client).

La gestion de la file d'attente est organisée efficacement.



SUR SITE

UNE RÉSERVATION EFFICACE

Recommandations

La réservation d'une activité nautique

Le client est spontanément questionné pour cerner ses attentes (niveau de pratique, nombre de personnes, âge, motivation, disponibilité...).

Le professionnel se montre dynamique pour valoriser l'activité. Il connaît les activités nautiques de la structure nautique, et a déjà pratiqué / testé les activités.

Les conditions tarifaires et les éventuels suppléments (adhésion, licence...) sont clairement spécifiés au client.

Les différentes prestations sont présentées et le professionnel peut en proposer plusieurs, adaptées aux attentes du client.

Par téléphone

L'appel doit aboutir avant la 5^{ème} sonnerie.

L'interlocuteur annonce le nom de la structure. Si la conversation est mise en attente, celle-ci n'excède pas une minute.

Le  : Le professionnel réalise une vente complémentaire
ex. une location ou une balade en complément d'un stage, une 2^{ème} balade, un produit de la boutique...

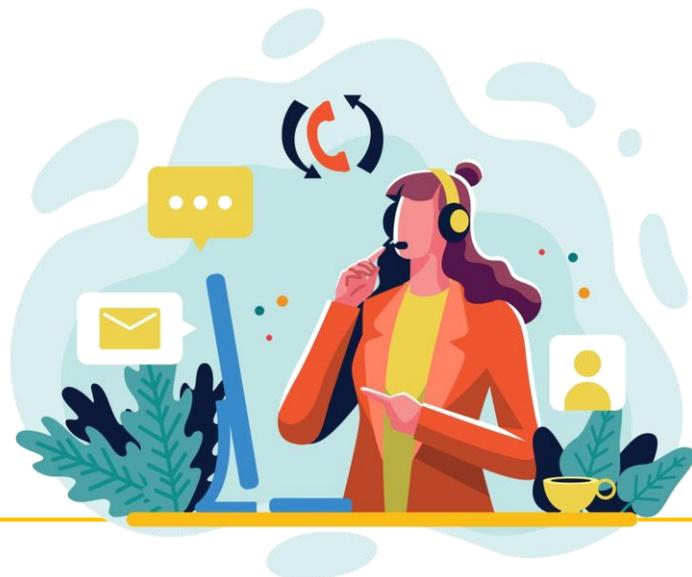
Le paiement et la facturation

Une facture est remise au client sur demande. La facturation est claire, complète et bien présentée.

La structure accepte au moins deux moyens de paiement.

Le client est remercié pour son règlement.

Le client est remercié et salué au moment de son départ de l'espace d'accueil.





SUR SITE

UNE PRISE EN CHARGE DE QUALITÉ

Check List

La prise en charge du client au démarrage de l'activité

Le moniteur est ponctuel.

Le point de rendez-vous est facile à trouver, il est repérable visuellement.

La tenue corporelle et vestimentaire du moniteur est propre, soignée, adaptée à la pratique. Il est facilement identifiable.

Le moniteur salue les clients à l'arrivée de manière cordiale.

Le moniteur présente le déroulement de l'activité.

Le moniteur s'informe des connaissances et du niveau de pratique nautique des participants.

Le moniteur vérifie que la tenue et le matériel du client sont adaptés à l'activité.



Recommandations

La prise en charge du client pendant l'activité

Pendant toute la prestation, le moniteur garde une attitude conviviale et un comportement positif.

Le moniteur adapte l'activité aux attentes et au niveau des clients.

Sur réservation, un moniteur peut encadrer l'activité en au moins une langue étrangère (anglais à minima).



Le référentiel pédagogique d'enseignement FFVoile est appliqué.

Check List

La prise en charge du client à la fin de l'activité

Le moniteur amène les participants jusqu'au point d'arrivée et réalise un bilan sur ce qui a été réalisé durant l'activité.

Le point d'arrivée permet des échanges, une collation...

Le moniteur s'enquiert de la satisfaction des clients.

Le client est remercié et salué au moment de son départ.

Le  : Le moniteur incite à revenir, à repratiquer
[Défi / challenge : retour / 2^{ème} fois / à l'année]



APRÈS

UNE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

Check List

Recommandations

Le suivi de l'e-reputation

La structure nautique prend connaissance des avis des consommateurs sur les sites en ligne.

La structure nautique exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs (autant aux avis négatifs que positifs).

Le suivi de la satisfaction

Un outil de recueil de la satisfaction existe.
[Ex. questionnaire de satisfaction papier/numérique/QR code, plateforme d'avis en ligne, borne, réseaux sociaux...]

Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction.

L'outil de recueil de la satisfaction est traduit en anglais.

Un bilan annuel de l'écoute client est présenté aux équipes, pour travailler collectivement les améliorations.

Des offres promotionnelles

Des promotions sont organisées (réduction, avantages, goodies...) sur les activités n'ayant pas atteint le taux de remplissage visé.

Une relance commerciale du fichier client

Une campagne de mailing ou d'e-mailing est organisée au moins une fois par an (saison estivale et/ou saison sportive) pour reconquérir nos clientèles.
[Présentation de nouvelles offres, nouveaux matériels, nouvelles organisations...]

Une information régulière

La structure nautique réalise des e-mailings d'information ciblés en fonction des profils clients.

La structure nautique publie régulièrement sur les réseaux sociaux des informations sur la vie de la structure.

Sur l'ensemble des outils de communication utiliser uniquement des photos de clients avec le sourire.



LIGUE DE VOILE NOUVELLE AQUITAINE
Maison Régionale Des Sports
2 Avenue de l'Université
33400 TALENCE