



*Améliorer l'enseignement et le service à la
clientèle*

ISIA 2004

Assemblée générale



Les séjours de ski en baisse

- En 2002, Michael Berry signalait : «Si l'Amérique du Nord ne réagit pas, nous allons assister à une baisse extrême du nombre de séjours de ski au cours des 10 prochaines années».
- C'est alors que le modèle de croissance a été créé.
Canada:
- Programme de la 5^e année (pour les 10-11 ans)
- Semaine canadienne de ski et snowboard
- Programme pour augmenter le nombre de skieurs et de snowboardeurs



Prendre une habitude

- Des études prouvent que pour prendre une habitude, il faut répéter une activité quatre fois au moins.
- 15% de personnes seulement sont prêtes à réitérer leur première expérience.



Service le plus apprécié

- Dans une station de ski, les leçons et les moniteurs de ski font partie des services les plus appréciés.
- Source: Conseil canadien du ski, «Enquête nationale sur les meilleurs services»
- Cette enquête est régulièrement distribuée aux amateurs de ski depuis 1996. Depuis lors, les critères ci-dessus ont toujours été numéro un.



Comment nous pouvons attirer plus de visiteurs

- Le principe du certificat en 3 points
- Technique - méthodologie – service à la clientèle
- Tous les programmes de certificat comprennent ces trois points et contribuent ainsi à améliorer le service à la clientèle.
- Notre concept:
- En proposant une bonne formation et une bonne gestion, travailler avec nos membres et partenaires pour présenter les montagnes sous leur aspect le plus vivant.



Le guichet unique

- *L'instructeur accueille le client au guichet.*
- *Il l'aide à acheter son billet de remontées mécaniques.*
- *Il l'accompagne au magasin de location.*
- *Un instructeur et un client qui s'entendent bien*
- *Un instructeur qui comprend les besoins de ses clients*



Le client au centre

- *L'instructeur rentabilise le trajet en téléski.*
- *Il développe les contacts avec ses clients.*
- *Il essaie de déterminer quelles sont les attentes, les objectifs et les craintes de ses clients.*
- *Il répond à leur questions et crée une ambiance positive et rassurante.*



Le client au centre

- *L'instructeur fixe des buts d'apprentissage précis et travaille à les atteindre. Il commente les réalisations immédiatement et de façon constructive.*
- *Il doit trouver des astuces pour mémoriser les noms des participants dès le début.*
- *Il contribue à ce que le client soit satisfait de sa performance.*



Le client au centre

- *L'instructeur s'intéresse à tous les clients: «S'occuper de tous les clients».*
- *L'instructeur répond aux besoins de chaque client du groupe.*
- *L'instructeur donne une excellente leçon: rythme, fluidité et fun.*
- *Taille des classes de 6 à 8 clients, niveau d'aptitude homogène pour garantir une certaine qualité et du temps pour chacun. Expérience positive.*
- *Raison n°1 de ne pas revenir, selon Michael Berry, président de la NSAA*
- *15% de personnes seulement sont prêtes à réitérer leur première expérience.*



Le client au centre

- *L'instructeur ramène le client au point de départ et commente le déroulement de la leçon.*
- *Il fixe l'horaire de la prochaine leçon.*
- *Il cultive ses relations avec ses clients.*



L'ambassadeur

- *L'instructeur doit saisir et faire saisir au client les avantages d'une deuxième leçon.*
- *L'instructeur doit expliquer au client l'infrastructure de la station: l'emplacement de la cafeteria et des toilettes, le plan des pistes ou le bureau du service des pistes.*
- *Partout dans la station, l'instructeur joue le rôle d'ambassadeur. Il aide les hôtes à porter leurs skis et leurs bagages, leur indique le chemin, leur parle, etc.*



Autres départements concernés par le service à la clientèle

- *Les attentes des clients d'Amérique du Nord par rapport à :*
 - *L'hébergement*
 - *Les remontées mécaniques*
 - *L'aéroport*
 - *Les restaurants*
 - *Les parcs de stationnement*



Hébergement

- *Pas d'accueil à l'arrivée*
- *Pas de places de parc / parc loin de l'hôtel*
- *File d'attente à la réception de l'hôtel*
- *Chambre sale / chauffage insuffisant ou excessif*
- *Absence de chambres non-fumeurs*
- *Chambres bruyantes*
- *Hôtel en rénovation*
- *Mauvais service des chambres*



Remontées mécaniques

- *Files d'attente / surpeuplement / enclos mal délimités*
- *Employés des remontées mécaniques de mauvaise humeur*
- *Employés qui ignorent les hôtes*
- *Sièges recouverts de neige ou de glace*
- *Installations d'enneigement artificiel sous les téléskis*
- *Rampes gelées et en pente*
- *Cambouis qui dégouline sur les hôtes*



Aéroport

- *Parc de stationnement trop loin de l'aéroport*
- *Longue file d'attente à l'enregistrement des bagages*
- *Personnel hargneux*
- *Mesures de sécurité excessives et indiscreètes*
- *Langue*
- *Peu d'indications*
- *Retards des vols*
- *Skis ou bagages perdus*
- *Long temps d'attente pour les bagages*
- *File d'attente à la douane*



Restaurants

- *Restaurants sans espace non-fumeurs*
- *Service mauvais et lent*
- *Mauvaise qualité de la nourriture*
- *Tables, ustensiles ou verres sales*
- *Petites portions*
- *Sol glissant*
- *Pas de menus pour enfants*
- *Mauvais rapport qualité-prix*



Parc de stationnement

- *Pas assez de places de parc*
- *Parc de stationnement trop éloigné des pistes*
- *Gardiens de mauvaise humeur*
- *Parcs boueux*
- *Navette insatisfaisante*
- *Pas d'endroit où déposer les passagers*
- *Personnel qui s'approprie les meilleures places de parc*
- *Parking cher*
- *Pas de parc de stationnement pour les handicapés*

On peut toujours s'améliorer!

N'oublions pas que le client paie nos salaires.



Merci
