


## CORRECTION











### Cas « L'hôtel SPA Novotel – Le Touquet »



#### Partie 1 : Contribuer au développement de la relation commerciale

#### ANNEXE 1 → LA NOTE

|  |      |                   |
|--|------|-------------------|
| <br>Hôtel Spa Novotel Le Touquet  | Note | Date : 19/06/N    |
| De : Le/la chargé/e d'accueil  |      | À : Nadine MARTIN |
| Objet : Le marché de la thalassothérapie en France   |      |                   |
| <p>▲ <u>Le marché de la thalasso en France</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La France est leader mondiale sur ce marché : 52 centres avec 3 groupes leaders qui représentant 40% du marché (Thalassa, Thalazur et Relais Thalasso).</li><li>- Secteur en bouleversement depuis 20 ans : déremboursement des cures par la sécurité sociale, morcellement des séjours à cause de la réduction du temps de travail.</li><li>- Dimension « santé » estompée au profit du « bien-être » et de la « prévention ».</li><li>- Marché modeste : 150 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel pour 1 millions de curistes. CA moyen d'un établissement = 3 millions d'euros</li><li>- Tendances actuelles à la baisse entre 2015 et 2018 :<ul style="list-style-type: none"><li>• -7% du nombre moyen de curistes par établissement</li><li>• -17% du nombre moyen de soins par établissement</li><li>• -12% de CA moyen par établissement</li><li>• -4% de CA moyen par curiste par thalasso</li></ul></li><li>- La France est la 1<sup>ère</sup> destination mondiale de la thalassothérapie.</li></ul> <p>▲ <u>Atouts de la concurrence</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Développement de la concurrence internationale sur le Maghreb notamment La Tunisie.</li><li>- Séjour tout inclus à des tarifs compétitifs (à partir de 40€ la semaine)</li><li>- L'hôtellerie haut de gamme de luxe propose des thématiques de manière « préventives » tels que le « Bien-être » ou la « détente ».</li><li>- Essor des plateformes numériques de comparaison des distributeurs tels que Thalasseo.com, Thalasso-passion.com, Thalasso-line.com ...</li><li>- Matériel de plus en plus sophistiqué et professionnels confirmés</li></ul> <p>▲ <u>La clientèle</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Clientèle de « dernière minute » à la recherche de « bons plans » avec une durée réduite des séjours (courts séjours = 70% des séjours hébergés en thalasso)</li><li>- Profil : public rajeuni, très diversifié qui fréquente les centres de manière opportune sur des très courts séjours et WE)</li><li>- Clientèle essentiellement française (97% des curistes en 2018)</li><li>- 92% des français estiment que les soins à l'eau de mer sont bénéfiques pour la santé et surfent sur la vague du « bien-être ».</li></ul> <p>▲ <u>Les actions pour développer la clientèle</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Se moderniser et faire bouger notre image traditionnelle</li><li>- Développer les thématiques de programme et les formules (minceur, détox, ado, sport ...)</li><li>- Diversifier les programmes de soins (modelage, cryothérapie, chromothérapie, halothérapie ...)</li><li>- Diversifier le personnel de soin (ostéopathie, esthéticiennes, hydrothérapeute ...)</li><li>- Rénover les centres et développer les SAP</li><li>- Être en interaction avec d'autres services (hôtel, restaurant, boutiques ...)</li></ul> |      |                   |

**↻ CLASSEMENT DES AVIS CLIENTS**

|                        |   |  |
|------------------------|---|--|
| Cadre Général          |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Décoration épurée</li> <li>- Transats Top</li> <li>- Vue imprenable, agréable, lieu très bien insonorisé, emplacement exceptionnel face à la mer, lieu très bien</li> <li>- Prix corrects</li> <li>- Rénovation réussie, jolie déco, design et moderne, cosy, coup de jeune, fonctionnelle</li> </ul>   |
|                        |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La rénovation n'apporte rien, perte de qualité d'âme, low cost</li> <li>- Impression d'être dans une « usine », bien éloigné du merveilleux spectacle de la nature derrière les baies vitrées</li> <li>- Pas de mise en valeur des produits ou prestations</li> <li>- Rapport qualité/prix pas terrible</li> </ul>  |
| Accueil                |    |  |
|                        |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attente trop longue</li> <li>- Personnel manquant de professionnalisme, peu avenant, ne regarde pas la clientèle</li> <li>- Rénovation pas du tout appréciée, bureau administratif encombré, hall d'accueil réduit</li> </ul>   |
| Site internet Thalassa |   |  |
|                        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal conçu</li> <li>- Pas du tout convivial</li> <li>- Très difficile d'obtenir un devis</li> <li>- Recruter un « bon » Webmaster</li> </ul>   |
| Hôtel Restaurant       |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chambre vue mer, panorama magnifique</li> <li>- Les plats du restaurant sont de qualité</li> <li>- La salle du restaurant est agréable</li> <li>- Les chambres, le bar et le restaurant récemment rénovés appréciés par des clients habitués de notre établissement</li> </ul>  |
|                        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chambres froides sans personnalité, moins fonctionnelle qu'avant qui manquent de clarté, minuscule avec lit trop étroit</li> <li>- Draps mal repassés</li> <li>- Sol bas de gamme, finitions chambre à refaire (peinture, plâtre)</li> <li>- Attente d'un meilleur standing pour un Novotel</li> <li>- Qualité des repas du restaurant décevante</li> <li>- Salle de bain minuscule</li> <li>- Terrasse agrandie au détriment des chambres</li> <li>- Service restaurant du soir long et désorganisé</li> <li>- Coquetiers et beurre portion plastique incompatible avec la politique environnementale de l'hôtel</li> <li>- Personnel du restaurant peu avenant</li> </ul> |
| Thalasso Spa Piscine   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Piscine chauffée agréable</li> <li>- Soins de qualité, personnel attentif</li> <li>- Espace détente agréable</li> </ul>   |
|                        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les clients souhaiteraient obtenir leur programme de soins avant leur arrivée</li> <li>- Difficulté à modifier son programme de soin en période d'affluence</li> <li>- Pas de serviettes ou peignoirs enfant à la piscine</li> <li>- Cafouillage et erreur dans les plannings de soins</li> </ul>   |

|           |   |   |
|-----------|---|---|
| Personnel |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attentionné</li> <li>- Personnel de qualité</li> <li>- Efficace dans la relation client</li> </ul>                 |
|           |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il faudrait plus de professionnalisme voire « savoir-être » de la part de certains membres du personnel</li> </ul> |

(Accepter tout autre classement (ou réponse) cohérent)

### ➔ PISTES D'AMÉLIORATION

- Améliorer d'urgence le site internet, envoyer en formation le Webmaster ou en embaucher un s'il n'y en n'a pas ;
- Améliorer aussi l'accueil des clients : envoyer en formation le personnel d'accueil, veiller à ce que les bureaux soient correctement rangés, réorganiser l'espace d'accueil, accompagner l'attente parfois longue ...
- Réorganiser le service au restaurant en période de forte affluence
- ... (Accepter toute réponse cohérente)

### Partie 3 : Fidéliser le client

### ➔ COÛT ESTIMÉ DE L'ACTION

#### ANNEXE 2 ➔ CALCUL DU COÛT ESTIMATIF

| OPÉRATIONS   | DÉTAILS DES CALCULS                   | MONTANT EN EUROS       |
|--|---------------------------------------|------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Création de la base de données</li> </ul> (1528 fiches) | Achat fichiers                        | 1905.49                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation</li> </ul> (10 téléopérateurs)                | 5X38.11<br>12.20X1.5<br>18.30X10      | 190.55<br>18.30<br>183 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appels téléphoniques</li> </ul> (1600 appels)           | 1600X3.81<br>1600X0.46<br>6096+736    | 6096<br>736<br>6832    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Courrier</li> </ul> (48% de 1350)                       | 1350 X0.48<br>0.84X648                | 648<br>544.32          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1905.49+190.55+183+6832+544.32</b> | <b>9655.36€</b>        |

### ➔ TRAITEMENT DES OBJECTIONS/RÉFUTATIONS

« Je vais dans un nouveau centre » : « ah d'accord mais sachez que notre hôtel a été rénové récemment alors nous serions heureux de vous accueillir chez nous lors d'un prochain séjour afin de recueillir votre avis et vos suggestions sur celui-ci. »

« J'ai trouvé moins cher ailleurs » : « Je comprends mais sachez que suite aux rénovation notre positionnement a changé ainsi que notre rapport qualité/prix. Un nouveau séjour chez nous vous permettez de vous faire une nouvelle opinion de notre établissement »

« J'ai eu mauvais temps » : « Je comprends votre déception mais malheureusement c'est un paramètre sur lequel nous ne pouvons agir. Cependant, notre établissement est idéalement situé en bord de mer, avec une vue imprenable dans un cadre idyllique. De plus, notre Spa ainsi que la piscine à l'eau de mer vous proposent des prestations permettant de vous détendre

### ANNEXE 3 → LETTRE TYPE

#### HOTEL SPA NOVOTEL – LE TOUQUET \*\*\*\*

Front de Mer, 62520 LE TOUQUET - France

Tel: 33/3/21098500

FAX : 33/3/21098510

Email : [H0449@accor.com](mailto:H0449@accor.com)



« Titre de civilité »

« Adresse »

Le Touquet, le 19 juin N

Cher/e « titre de civilité »,

#### **Profitez dès à présent de notre offre WE à prix exceptionnel !**

Votre hôtel Spa Novotel du Touquet vous propose pour toute réservation avant le 31 juillet, un WE au tarif exceptionnel de 106.71€ pour une personne, ou 99.09€ par personne pour un couple, et ce, sur le second WE du mois de septembre, octobre ou novembre, à votre convenance.

Alors n'attendez plus cher/e « titre de civilité » et réservez dès à présent votre séjour dans notre hôtel Spa Novotel du Touquet où notre équipe se fera un plaisir de rendre ce moment inoubliable.

À très vite dans notre établissement  
L'équipe du service relation commerciale



Nom : ..... Prénom : .....

Adresse postale : .....  
.....  
.....

Adresse mail : ..... @ .....

☎ : ..... ① .....

Souhaite être recontacté/e afin de finaliser la réservation et de bénéficier de l'offre « un WE exceptionnel »

- Par téléphone
- Par courrier
- Par courriel

ANNEXE 4 / COURRIEL MME LEMAIRE

|  |
|--|
| De : H0449@accor.com   |
| A : veroniquelemaire@gmail.com   |
| Cc :   |
| Objet : réponse à votre demande de remboursement   |
| <p>Madame Lemaire,</p> <p>En réponse à votre mail de ce jour concernant la demande de remboursement de vos arrhes sur un séjour du 14/05 que vous avez dû annuler 8 jours avant la prestation pour raison médicale, je vous précise que ceci est possible que si vous avez souscrit une assurance annulation auprès de notre partenaire Mondial Assistance, comme cela est précisé dans nos conditions générales de vente.</p> <p>Si tel est le cas, merci de vous rapprocher du service conseil client Mondial Assistance au 01.42.99.82.81 ou par mail à l'adresse suivante : <a href="mailto:conseil.client@mondialassistance.fr">conseil.client@mondialassistance.fr</a> , ou encore en vous connectant directement sur leur site internet.</p> <p>Dans le cas contraire, sachez que l'établissement conserve la totalité des arrhes versés et qu'une facture du solde à régler va suivre vu que l'annulation a eu lieu moins de 21 jours avant la date de début de votre séjour.</p> <p>Nous restons à votre écoute en cas de besoin.</p> <p style="text-align: right;">Bien cordialement<br/>Le service relation commerciale</p> |

ANNEXE 5 → APPEL À MME RAYMOND



Bonjour Mme Raymond,  
X, service relation commerciale de l'hôtel Spa Novotel du Touquet. Je vous rappelle concernant votre message laissé ce jour sur notre répondeur au sujet du remboursement de vos arrhes d'un montant de 65€ suite à l'annulation de votre séjour. Celle-ci intervenant à plus de 21 jours de votre arrivée, je vous annonce que cette somme va vous être remboursée avec une retenue de 50€ qui correspond au frais de dossier comme ceci était stipulé dans nos conditions générales de vente. Nous restons à votre écoute si besoin. Je vous souhaite une excellente journée. Au revoir Mme Raymond.

