



## Qui est le roi ?

"Le client a toujours raison" est un principe qui guide le service à la clientèle depuis des décennies, voire des siècles ! Dans le secteur hautement concurrentiel de l'hôtellerie et de la restauration, un service client exceptionnel est la pierre angulaire du succès 😊.

## Historique du service clientèle<sup>1,2,3,4,5</sup>

Le concept de service à la clientèle remonte aux anciennes civilisations de Rome et de la Grèce, lorsque les commerçants se préoccupaient d'offrir une expérience positive à leurs clients. Un peu plus tard. :

- 1760 : les équipes d'assistance à la clientèle sont apparues à la suite de la révolution industrielle.
- 1876 : Alexander Graham Bell fait breveter le téléphone électrique, ce qui change la donne pour les entreprises. Auparavant, les gens devaient rapporter leur produit au magasin et simplement espérer que le propriétaire accepterait le retour.
- 1894 : le standard téléphonique est inventé, ce qui aide grandement les entreprises à communiquer avec leurs clients par téléphone.
- Années 1920 : les cadrans rotatifs ont été mis en place, aidant les entreprises à agir comme un opérateur en connectant les numéros composés à la ligne téléphonique appropriée.
- Années 1960 : les premiers centres d'appel ont été mis en place. Les entreprises ont commencé à embaucher des agents pour répondre aux appels téléphoniques et résoudre les problèmes des clients.
- 1967 : AT&T lance ce qui sera la prochaine grande nouveauté en matière de service à la clientèle : le numéro de téléphone gratuit. Il n'est plus nécessaire d'appeler en PCV et de parler à un opérateur : on peut appeler directement une entreprise.

---

<sup>1</sup> <https://www.abetteranswer.com/blog/what-is-customer-service-a-look-at-its-history-future>

<sup>2</sup> <https://www.hoory.com/blog/i/history-of-customer-service-how-did-it-all-begin>

<sup>3</sup> <https://blog.olark.com/the-history-of-customer-service>

<sup>4</sup> <https://lucidworks.com/post/the-history-of-customer-service/>

<sup>5</sup> <https://www.linkedin.com/pulse/history-customer-service-zahid-hasan/>

- Années 1970 : la technologie de réponse vocale interactive (RVI) permettait aux appelants de donner des réponses simples d'un seul mot (comme "oui" ou "non") pour diriger leur appel vers le bon interlocuteur.
- Années 1990 : l'internet (créé dans les années 80) devient populaire. Les marques commencent à développer leur présence en ligne pour rester en contact avec leurs clients et en atteindre de nouveaux.
- 1992 : Le président américain George H. W. Bush instaure la *Semaine du service à la clientèle*, un congé de cinq jours qui célèbre l'importance du service à la clientèle.
- Milieu des années 1990 : l'essor de l'internet et l'émergence de places de marché en ligne telles qu'Amazon ont révolutionné le commerce. De nouveaux canaux ont été introduits pour atteindre les clients : le courrier électronique et le chat en direct.
- 1998 : Jeremie Miller invente Jabber/XMPP, la technologie open-source sur laquelle la plupart des chats en direct sont construits, y compris GTalk, Olark et d'autres.
- 1999 Lancement de Salesforce.com, qui est devenu le leader mondial de la gestion de la relation client (CRM).
- Milieu des années 2000 : des plateformes telles que Facebook et Twitter ont pris leur essor et les entreprises ont commencé à s'engager activement avec leurs clients sur les médias sociaux.
- 2009 : Olark a créé le premier chat en direct qui reste sur la page, éliminant ainsi le besoin d'un "pop-out" ennuyeux.

- 2011 : Facebook lance l'application Messenger pour iOS et Android, un outil pratique permettant aux entreprises d'établir une communication individuelle avec leurs clients.

## Quelques statistiques<sup>6</sup>

- Un client est quatre fois plus susceptible de passer à un concurrent si le problème qu'il rencontre est lié au service.
- Il faut 12 expériences positives pour compenser une expérience négative.
- Investir dans de nouveaux clients est entre 5 et 25 fois plus coûteux que de conserver les clients existants.

## L'hospitalité<sup>7,8,9,10,11</sup>

Le mot "hospitalité" vient du vieux français "*hospitalité*" et du latin "*hospitalitem*" qui signifie "amabilité envers les hôtes". Dans le secteur de l'hôtellerie, quelques facteurs expliquent comment les hôtels haut de gamme parviennent à créer une expérience de service à la clientèle exceptionnelle. Ces hôtels :

- *Prêtez attention aux détails* - par exemple, une rédactrice de voyage a noté quelques-uns des petits extras qui accompagnaient sa chambre au *Shangri-La* Toronto (Canada), notamment un iPad dans la chambre, une machine Nespresso, des bouteilles d'eau gratuites,

---

<sup>6</sup> <https://www.helpscout.com/75-customer-service-facts-quotes-statistics/>

<sup>7</sup> <https://www.linkedin.com/pulse/why-customer-service-hospitality-industry-different-any-gyulnazaryan/>

<sup>8</sup> <https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/3-things-luxury-hotels-can-teach-about-exceptional-customer/278525>

<sup>9</sup> <https://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2017/07/29/5-wow-customer-service-stories-from-5-star-hotels-examples-any-business-can-learn-from/?sh=5af9961d33e6>

<sup>10</sup> <https://www.businessinsider.com/best-hotel-service-stories-2013-12>

<sup>11</sup> <https://10best.usatoday.com/interests/hotels-resorts/best-hotel-concierges-guide-beaches-hiking-diving-fun-specialty/>

des rideaux et des stores télécommandés, une veilleuse, des miroirs sans vapeur et le chauffage par le sol.

- *Offrir des expériences personnalisées* - par exemple, pour répondre efficacement aux besoins uniques de ses clients, *Accor Hotels* a piloté un nouveau programme de reconnaissance des clients. Pendant un mois, le personnel a consulté les profils de médias sociaux publics des clients pour connaître leurs centres d'intérêt. L'expert en marketing a déclaré : "Pour le client qui aime la gastronomie, [*Accor Hotels* a proposé] une visite d'une journée dans les coulisses du *Tru* à Chicago [un restaurant français luxueux], ainsi qu'une nuit au *Sofitel Chicago Water Tower*.

- *Aller au-delà des attentes*

- voici quelques exemples de la façon dont certains employés d'hôtel se surpassent pour satisfaire les clients.

- À l'hôtel *Pennyhill*, dans le Surrey (Royaume-Uni), une mère a demandé un lit pour sa fille. Lorsqu'elle est arrivée, le personnel de l'hôtel avait mis un lit dans la chambre, quelques couvertures dans le lit, et avait également laissé un seau à champagne sur le côté, une bouilloire, de l'eau plate, quelques petites serviettes douces et un ours en peluche avec une note disant "*nous n'avons pas de chauffe-biberon disponible, mais n'hésitez pas à utiliser le seau à champagne comme substitut à l'eau chaude*". Nous avons également prévu de l'eau minérale au cas où vous auriez du lait maternisé, ainsi qu'un ours en peluche pour la compagnie. Nous espérons que ce sera la première d'une longue série de nuits heureuses pour votre famille.
- Une famille et son fils de deux ans ont passé un week-end à la *station de Dove Mountain* (États-Unis). Au moment de partir pour l'aéroport, la mère s'est aperçue que son fils avait perdu son jouet *Thomas the Tank Engine*. Interpellant deux employés de première ligne du *Ritz-Carlton*, elle leur a expliqué ce qui

était en jeu, car il s'agissait du jouet préféré de son petit garçon. Après le départ des invités, les deux employés se sont rendus dans un magasin et ont acheté un train identique. Ils ont ensuite écrit une note au garçon dans la voix de Thomas la locomotive, racontant une douce histoire sur les vacances prolongées que la petite locomotive avait prises après avoir été accidentellement oubliée. Le récit comprenait des photos de Thomas explorant la propriété, cuisinant dans la cuisine du Ritz-Carlton (avec une toque de chef en papier miniature sur la tête), et bien d'autres choses encore. Quatre jours après la disparition du jouet original, son remplaçant est arrivé par FedEx, à l'étonnement et au plaisir de la famille 😊.

La propreté est un élément essentiel de l'expérience des clients d'un hôtel. Les femmes de chambre jouent un rôle central dans le maintien d'un environnement étincelant et confortable pour eux. C'est pourquoi il est si important d'offrir aux clients les moyens de donner un pourboire approprié au personnel. Pour ce faire, pourquoi ne pas mettre en place une solution de pourboire électronique simple et rapide comme **Tip&Go** 😊?

**Francis Léonard, PDG**

**TIP&GO®**

**Clip introduction :** <https://www.youtube.com/watch?v=ZZ75L0Xplb0>

**Abonnez vous à notre blogue !**

<https://www.linkedin.com/build-relation/newsletter-follow?entityUrn=7157523727176359936>

[#etipping](#), [#tippingapp](#), [#staffshortage](#), [#cashlesstipping](#),  
[#electronic tipping](#), [#hotelindustry](#), [#hospit](#)[#etipping](#), [#tippingapp](#), [#staffshortage](#),  
[#cashlesstipping](#), [#electronic tipping](#), [#hotelindustry](#), [#hospitality](#),  
[#Tip&Go](#), [#customerservice](#)