

## Calculer avec application

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 3.3 / 3.5	Nombre de leçons : 64
<p><b>Situation :</b></p> <p>Le spécialiste en communication hôtelière Peter Loosli travaille au bureau de direction de son hôtel. Sa supérieure, Monika Widmer, lui confie le traitement des factures relatives à l'hébergement des collaborateurs de l'entreprise Spectrum. Il s'agit d'une entreprise de matériel de séminaire.</p> <p>Les collaborateurs de l'entreprise séjournent à l'hôtel une fois par an pendant quatre jours et Peter est chargé d'établir une facture. Pour cela, il trouve un modèle dans le système, vérifie les justificatifs d'hébergement et reporte les chiffres actuels dans le modèle. Une fois la facture contrôlée et validée par sa supérieure, il l'imprime et l'envoie.</p> <p>Après l'émission et l'envoi de la facture, il en sauvegarde une copie électronique. Environ deux semaines plus tard, il vérifie la réception du paiement. Si la facture a été payée, Peter déclenchera l'enregistrement comptable dans le système et sauvegardera les justificatifs par la voie électronique.</p> <p>L'hôtel commande régulièrement du matériel à l'entreprise Spectrum pour ses salles de séminaire. Peter réceptionne la marchandise commandée ce mois-ci, la contrôle, la range dans le local du matériel et vérifie la facture. Pour terminer, Peter comptabilise la facture et la saisit dans le logiciel de comptabilité.</p>	
<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comment contrôler et garantir la propension à payer ?</li><li>• Comment gérer les documents de manière à toujours être au fait de notre situation (financière) ?</li><li>• Au niveau temporel, comment faut-il travailler afin de connaître et respecter les échéances ?</li><li>• Comment peut-on s'assurer qu'il y a toujours assez de moyens financiers ?</li></ul>	

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :	Contenus pédagogiques :
<p>3.3.2 Ils <b>créent une comptabilité simple en partie double</b> (bilans et comptes de résultat) dans le domaine de l'hôtellerie. (C3/32L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils connaissent la structure d'un bulletin de paie, ils calculent et comptabilisent les prestations sociales (AVS, AI, APG, AC, AANP, LPP).</li> <li>• Ils déterminent et comptabilisent les pertes sur créances (pertes débiteurs).</li> <li>• Ils calculent et comptabilisent les amortissements directs et indirects.</li> <li>• Ils déterminent les actifs et passifs de régularisation.</li> <li>• Ils connaissent les particularités de la société anonyme et de l'entreprise individuelle et comptabilisent les bénéfices ou pertes de l'exercice.</li> <li>• Ils établissent le bilan financier de la société anonyme (distribution des bénéfices) et de l'entreprise individuelle.</li> </ul>
<p>3.3.7 Ils <b>calculent différentes offres</b> dans l'hôtel. (C4/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils appliquent le schéma des calculs et déterminent le prix rendu, les recettes nettes et le prix de vente brut.</li> <li>• Ils calculent différentes offres dans l'hôtel et appliquent le schéma des calculs.</li> </ul>
<p>3.3.8 Ils calculent le <b>point mort</b> pour différentes offres dans l'hôtel. (C4/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils calculent le point mort pour les différentes prestations et offres d'un établissement hôtelier.</li> </ul>
<p>3.5.2 Ils <b>calculent différents chiffres de référence</b>. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• occupation des chambres</li> <li>• fréquence au restaurant</li> <li>• chiffres des ventes</li> </ul> <p>(C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils calculent les chiffres de références pour les différents services.</li> </ul>
<p>3.5.3 Ils <b>interprètent les chiffres de référence</b>. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• occupation des chambres</li> <li>• fréquence au restaurant</li> <li>• chiffres des ventes</li> </ul> <p>(C4/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vous interprétez les chiffres de référence pour les différents services.</li> </ul>

<p>3.5.4 Ils développent des <b>mesures pour améliorer les chiffres de référence.</b> (C5/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ils développent des mesures pour l'amélioration des chiffres de référence (vente croisée, optimisation de rendement).</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plénum</li> <li>Travail individuel</li> <li>Travail de groupe</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b></p> <p>Examens écrits</p>

# Communiquer avec empathie 1

## Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.1 / 1.4 / 1.5

Nombre de leçons : 44

### Situation :

Le spécialiste en communication hôtelière Michael Vogt à la réception de l'hôtel Luna. Sa collègue l'informe que la famille Schneider arrive aujourd'hui. Celle-ci a réservé trois chambres à l'hôtel pour une semaine de vacances d'hiver. Monsieur Schneider a également téléphoné au préalable afin de commander un lit bébé supplémentaire pour sa fille Laura, âgée de 6 mois. Michael Vogt s'assure avec la conciergerie que le lit bébé supplémentaire soit bien installé dans la chambre et que cette dernière soit prête à l'arrivée des clients.

La famille de 5 personnes arrive aux alentours de 14h30. Michael Vogt se charge du check-in des Schneider. Il fait déposer leur équipement de ski dans le local prévu à cet effet et emmener leurs bagages dans leurs chambres. Monsieur Schneider souhaite en outre réserver un cours de ski de deux jours pour ses deux aînés ainsi qu'une journée wellness au spa de l'hôtel pour sa femme, pendant laquelle il désire par ailleurs recourir à un service de baby-sitting. Michael Vogt s'occupe des réservations et informe les services concernés. Il propose également à Monsieur Schneider une promenade en traîneau pour toute la famille. Monsieur Schneider le remercie et accepte son offre. Michael Vogt confirme cet arrangement et organise le transport de la famille jusqu'à l'écurie.

Sa semaine de vacances terminée, la famille quitte l'hôtel. Michael Vogt se charge du check-out des Schneider. Il leur a préparé plusieurs cadeaux, qu'il leur remet au moment de leur départ. Il les remercie d'avoir séjourné dans l'établissement et leur souhaite un bon retour chez eux.

**Questions clés :**

- Quelles offres, formules et prestations de service différentes l'établissement propose-t-il et quelles sont les conditions nécessaires pour les vendre au client de manière optimale ?
- De quelles connaissances / informations faut-il disposer sur le fonctionnement des différentes plateformes de réservation pour pouvoir s'en servir ?
- Comment un établissement peut-il être positionné de façon optimale sur Internet ? Quelles sont les conditions à remplir à cet effet ?
- Quels sont les instruments adéquats pour analyser les besoins de la clientèle, évaluer les feedbacks des clients et définir des mesures adaptées à la situation ?
- Comment les déclarations sur la satisfaction des clients sont-elles évaluées ? Sont-elles traitées directement ou transmises au supérieur ?
- Quelles activités et communications interservices sont nécessaires pour pouvoir agir en qualité d'hôtesse/d'hôte en toute situation et satisfaire aux exigences des clients ?
- Comment assurer un contrôle continu de la fiche client pour savoir, pour s'informer par exemple, quels clients résidant actuellement à l'hôtel fêtent bientôt leur anniversaire ?
- Quelles sont les mesures électroniques à disposition pour la saisie et l'interprétation des différents chiffres clés relatifs à l'occupation et au bon fonctionnement de l'établissement ?
- Quels sont les supports écrits disponibles à la réception et comment s'en servir de manière professionnelle ?
- Comment et à l'aide de quel outil peut-on s'assurer avec la conciergerie que les chambres soient prêtes à l'arrivée des clients ?
- Comment préparer et effectuer un check-in et un check-out de manière professionnelle et compétente ?
- Quelles sont les données et informations nécessaires afin de réserver les arrangements souhaités après confirmation du client et de transmettre les éventuels « no-shows » au supérieur pour clarification ?

**Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :**

**Contenus didactiques :**

1.1.3 Ils décrivent les **caractéristiques d'entretiens de conseil, de vente, de retour et de réclamation** et les techniques d'interrogation appropriées. (C2/8L)

- Ils présentent les fondements de la communication empathique pour les entretiens de réclamation.
- Ils présentent les fondements de la communication empathique pour les entretiens de conseil.
- Ils décrivent ce qu'est un feedback constructif.
- Ils montrent leur façon de conduire un entretien avec différents types de clients.

<p>1.1.7 Ils interprètent les <b>caractéristiques</b> importantes pour un <b>hôte ou une hôtesse</b> en mettant l'accent sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la discrétion</li> <li>• l'esprit critique</li> <li>• l'attention</li> <li>• le modèle</li> <li>• la compétence et la crédibilité</li> <li>• l'empathie</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils citent des exemples de caractéristiques spécifiques aux hôtes/hôtesse.</li> <li>• Ils situent ces qualités dans un contexte social.</li> <li>• Ils analysent l'influence des évolutions futures sur le rôle de l'hôte/l'hôtesse.</li> </ul>
<p>1.4.4 Ils décrivent l'ensemble des étapes du <b>check-in</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent les tâches de préparation à effectuer pour un check-in.</li> <li>• Ils décrivent le déroulement du check-in.</li> <li>• Ils présentent les différents types de check-in.</li> <li>• Ils montrent la façon correcte d'accueillir des clients.</li> <li>• Ils expliquent quelles sont les informations à fournir au client et lesquelles l'établissement doit recueillir de sa part.</li> </ul>
<p>1.4.5 Ils décrivent l'ensemble des étapes du <b>check-out</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent le contenu d'un check-out.</li> <li>• Ils présentent le déroulement d'un check-out.</li> <li>• Ils expliquent les transactions financières qui ont lieu lors d'un check-out et les modes / moyens de paiement utilisés.</li> <li>• Ils montrent <b>comment prendre congé au moment du check-out</b>.</li> </ul>
<p>1.4.6 Ils décrivent les différentes <b>phases de l'entretien de conseil et de vente</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent les phases de l'entretien de conseil.</li> <li>• Ils décrivent les phases de l'entretien de vente.</li> <li>• Ils expliquent la différence entre un entretien de conseil et un entretien de vente.</li> <li>• Ils déterminent le contenu des entretiens à partir du « carré de la communication ».</li> <li>• Ils présentent les possibilités offertes par les différentes techniques de questionnement.</li> </ul>

<p>1.4.7 Ils décrivent les <b>offres proposées par l'entreprise</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent les offres proposées par l'entreprise en tenant compte du storytelling et des possibilités de vente croisée.</li> <li>• Ils présentent les offres proposées par l'entreprise en fonction du groupe cible.</li> <li>• Ils expliquent les offres de coopération ayant un lien avec l'offre de l'entreprise (billet gratuit dans la ville, réductions, etc.).</li> </ul>	
<p>1.5.2 Ils évaluent différentes <b>situations d'entretien</b> en fonction de la situation. (C4/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À l'aide d'exemples, ils évaluent différentes situations d'entretien en fonction du contexte.</li> </ul>	
<p>1.5.3 Ils déduisent des <b>mesures</b> de l'évaluation des réclamations en fonction de la situation. (C4/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils examinent les analyses des évaluations reçues (en ligne / hors ligne).</li> <li>• Ils en déduisent des mesures adaptées à la situation.</li> <li>• Ils identifient les actions nécessaires sur la base des directives de l'établissement.</li> </ul>	
<p>1.5.6 Ils expliquent le mode de fonctionnement, les chances et les risques de <b>plateformes d'évaluation</b> (p. ex. TripAdvisor, HolidayCheck). (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils définissent les réponses qui sont efficaces en termes de publicité sur les plateformes d'évaluation.</li> <li>• Ils décrivent les mesures à prendre en fonction de la situation pour donner suite à des évaluations négatives en ligne.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Travail individuel</li> <li>• Travail de groupe</li> <li>• Entretien pédagogique</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b></p> <p>Examens écrits</p>

## Communiquer avec empathie 2

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

**Compétences opérationnelles plan de formation : 2.1 / 2.2 / 3.1 / 3.2**

**Nombre de leçons : 75**

#### **Situation :**

Le spécialiste en communication hôtelière Pierrot Michoud travaille à la réception avec son supérieur André Devaud, chef de réception. Tous deux reçoivent une demande par e-mail du club de football XY. Dans un mois, un match a lieu contre une équipe locale. L'organisateur souhaite réserver vingt chambres en pension complète sur les quarante proposées. Le supérieur vérifie la disponibilité des chambres avec Pierrot dans le système de réservations. André Devaud explique à Pierrot les points importants à observer pour ce genre de demandes : le contingent, le prix, la gestion des offres (vente croisée comprise), le modèle de confirmation pour les groupes et les procédures internes.

Comme il s'agit d'une demande importante, André Devaud établit l'offre et Pierrot prend des notes. Ce dernier apprend l'utilité, la structure, le contenu et l'objectif d'une offre.

Le supérieur confie à Pierrot les tâches suivantes :

- 1) Pour le transfert de quelques clients supplémentaires, une petite navette de dix personnes est nécessaire. Le supérieur prie Pierrot de demander une offre par téléphone à deux entreprises de transport locales.
- 2) En guise d'information préalable, Pierrot doit créer un mémo interne pour les collaborateurs de tous les services.

Pierrot propose à son supérieur d'écrire une publication Facebook pour l'occasion. André Devaud trouve l'idée bonne, mais lui explique qu'il faut d'abord demander l'accord des clients et attirer son attention sur les droits de la personnalité des clients de l'hôtel.

Avant la fin de la journée, le supérieur prie également Pierrot de relire le menu du lendemain et de le publier sur le site web.

**Questions clés :**

- Comment se déroule le processus de demande pour les clients et les partenaires ?
- Quels sont les objectifs et les contenus d'une offre ?
- Quels sont les paramètres de décision essentiels lors de la comparaison des offres ?
- Quels appareils techniques sont utilisés efficacement en termes d'énergie et de ressources dans le secteur hôtelier ?
- Comment les documents internes et externes sont-ils rédigés en tenant compte des destinataires ?
- Comment les documents numériques et imprimés sont-ils archivés ?
- De quoi faut-il tenir compte lors de la publication de photos sur les réseaux sociaux ?
- Comment les textes, les images et les graphiques sont-ils créés dans le respect du CI/DI ?

**Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :**

**Contenus didactiques :**

2.1.4 Ils décrivent les objectifs, le contenu et la structure d'une **offre**.  
(C2/2L)

2.1.5 Ils **comparent les offres** à l'aide de paramètres de décision.  
(C4/2L)

- Ils expliquent le contenu et la structure d'une offre.
- Ils déterminent les éléments qui font partie d'une offre et les contenus bénéfiques.
- Ils précisent la validité et le caractère contraignant des offres.
- Ils sélectionnent les critères à prendre en compte en cas de demande d'offre.
- Ils analysent les offres et savent prendre des décisions reposant sur des critères précis.
- Ils définissent le processus de gestion des offres, comme la saisie dans le logiciel hôtelier (PMS), le classement, le suivi et le refus.

2.2.1 Ils conçoivent des **textes, des images et des graphiques** à l'aide des programmes actuels de traitement de texte, de calculs et de graphiques. (C3/24L)

**Réseaux sociaux, moteurs de recherche**

- Ils expliquent les raisons justifiant l'utilisation des réseaux sociaux par les hôtels.
- Ils se servent des étapes du « Guest Journey » aux points de contact en ligne et sur les réseaux sociaux.
- Ils expliquent l'utilisation des réseaux sociaux en s'appuyant sur les règles de base.
- Ils se servent des principaux réseaux sociaux.
- Ils font une utilisation correcte du storytelling et élaborent un plan de rédaction général.
- Ils présentent l'utilisation adéquate du Community Management.

**E-mails, newsletters, circulaires**

- Ils utilisent les fonctions principales de votre programme de messagerie.
- Ils créent une fiche complète dans leurs contacts (gestion des adresses).
- Ils enregistrent un rendez-vous dans le calendrier et l'envoient à une adresse donnée.
- Dans votre programme de messagerie, ils créent, selon les directives, un e-mail avec :
  - une adresse e-mail contrôlée
  - un objet pertinent
  - une formule de salutation correcte et personnalisée
  - une phrase introductive, un message central et une conclusion
  - une netiquette correcte
  - une signature
  - une pièce jointe au format PDF
- Ils créent une circulaire :
  - à l'aide d'un document Word existant
  - avec un fichier d'adresses (p. ex. Excel)
- Ils présentent les trois conditions légales à respecter pour avoir le droit d'envoyer des publipostages en masse ou des newsletters.
- Ils listent 10 conditions nécessaires à la création d'une newsletter intéressante (format imprimé ou e-mail).

	<p><b>Corporate Identity / Corporate Design</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils exploitent l'utilisation et les possibilités des publications sponsorisées (avec les chances et les risques qui y sont liés).</li> <li>• Ils définissent les termes suivants :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate Identity / Corporate Design</li> <li>- Droit d'auteur / conséquences d'une infraction au droit d'auteur</li> <li>- Droits d'utilisation (<b>en lien avec le point 2.2.3</b>)</li> <li>- Copyright</li> <li>- Licences d'images</li> <li>- Creative Common</li> <li>- Protection de la personnalité (clients)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Technique photographique</b> Ils présentent les principes fondamentaux de la technique photographique (photos pour les réseaux sociaux, conseils et astuces).</p>
<p>2.2.3 Ils appliquent les règles légales concernant les <b>droits d'utilisation des sources</b> (droit d'auteur). (C3/1L)</p>	<p><i>En combinaison avec le point 2.2.1</i></p>
<p>2.2.5 Ils aménagent des <b>supports d'information</b>. (C3/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils mettent à jour et entretiennent les médias numériques avec :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- des contenus</li> <li>- des images</li> <li>- des graphiques</li> </ul> </li> <li>• Ils aménagent des supports d'information à l'aide d'exemples simples.</li> <li>• Ils appliquent les règles de conception propres aux supports d'information numériques.</li> </ul>
<p>3.1.3 Ils décrivent les achats de <b>matériel de bureau</b> compte tenu des critères écologiques. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent le processus de commande de matériel de bureau.</li> <li>• Ils décrivent des mesures d'écologie au bureau en matière d'achats.</li> <li>• Ils expliquent les principaux labels dans le domaine du matériel et des appareils de bureau.</li> </ul>

<p>3.1.6 Ils <b>sauvegardent les données et les informations</b> des clients, des partenaires et des collaborateurs avec les systèmes de sécurité des données actuels. (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent quelles données et informations sur les clients et les partenaires ont le droit d'être collectées.</li> <li>• Ils présentent 10 données et informations sur les clients, les partenaires et les collaborateurs qui ont le droit d'être collectées et expliquent pourquoi elles le sont.</li> </ul>
<p>3.1.7 Ils <b>mettent à la disposition des services les données</b> et les informations sous une forme appropriée (tableau, diagramme, image). (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils exposent des formes de présentation graphique pour les données et les informations.</li> <li>• Ils déterminent quelle forme de présentation convient à quelle situation.</li> </ul>
<p>3.2.1 Ils décrivent le <b>processus concernant les demandes de clients et de partenaires</b>. (C2/2L).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent chaque étape du traitement d'une demande émise par un client ou un partenaire.</li> </ul>
<p>3.2.2 Ils présentent des <b>documents internes et externes</b> de manière claire, attrayante et typographiquement conforme aux règles. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils conçoivent les documents externes de façon créative et irréprochable.</li> <li>• Ils rédigent la correspondance conformément aux règles et en tenant compte du public cible.</li> <li>• Ils présentent d'autres prestations de service aux clients (vente croisée).</li> <li>• Ils créent un P.-S. et expliquent quelle est son importance pour l'établissement.</li> </ul>
<p>3.2.3 Ils <b>rédigent des documents internes et externes</b> dans un langage commercial moderne, en fonction du destinataire et en tenant compte des intérêts économiques. (C3/18L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils créent et rédigent les documents internes et externes suivants en fonction de leurs destinataires :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- réponse à des demandes / offres</li> <li>- élaboration textuelle d'offres individuelles</li> <li>- rappel de paiement</li> <li>- réponse écrite à des réclamations</li> <li>- exemples simples de certificats de travail</li> <li>- cartes de félicitations et de bienvenue.</li> </ul> </li> </ul>
<p>3.2.4 Ils utilisent différents <b>systèmes d'archivage</b> (numériques et imprimés). (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils utilisent différents systèmes d'archivage (numériques / imprimés) -&gt; p. ex. pour enregistrer les clients par ordre alphabétique ou par date d'arrivée, date de départ, etc.</li> </ul>

<p>3.2.8 Ils utilisent différents <b>appareils techniques dans le domaine de l'hôtellerie</b> en tenant compte de l'efficacité énergétique et des ressources. (C3/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ils utilisent un appareil de détection d'incendie de manière professionnelle.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Travail individuel</li> <li>Travail de groupe</li> <li>Entretien pédagogique</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b></p> <p>Examens écrits Travail de projet</p>

## Langues étrangères : deuxième langue nationale

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.6 / 3.6

Nombre de leçons : 52

#### Situation :

La représentante d'un magazine spécialisé dans la gastronomie de Suisse alémanique a récemment séjourné à l'hôtel et vient de publier un article sur l'établissement. Le directeur de l'hôtel, Jean Dujardin, demande à Catherine Cassel de traduire l'article en français et d'écrire un résumé pour le journal interne des collaborateurs et de regrouper les points essentiels sous forme de liste pour la réunion de la direction. Les éléments positifs seront publiés sur le site web en français et en allemand.

En outre, des clients ont évalué l'hôtel sur différentes plateformes de réservation. Comme certains parmi eux étaient germanophones, M. Dujardin demande à Catherine de traduire les commentaires en français et d'en faire un document. Enfin, il la prie de préparer un flyer en allemand pour les prochaines semaines, durant lesquelles la chasse sera mise à l'honneur.

Au restaurant, Catherine prépare le service du soir. Elle fait encore une fois le point sur les réservations avec Alain Fournier, le chef de service. À ce moment-là arrivent M. et Mme Bucher, des clients de Zurich pour qui Catherine a déjà réservé une belle table dans la véranda.

Catherine Cassel sert M. et Mme Bucher, leur apporte la carte, leur demande s'ils désirent un apéritif et prend leur commande. Lorsqu'ils commandent le menu, elle leur fait des suggestions et leur recommande la spécialité de la maison. Mme Bucher a une intolérance alimentaire et demande si les menus peuvent être adaptés en conséquence. Catherine Cassel répond par l'affirmative et promet d'en informer immédiatement le chef de cuisine.

Catherine prend la commande d'une autre table. Les clients allemands souhaitent un vin qui s'accorde avec leur menu. Catherine leur fait une recommandation en fonction des vins de la cave du restaurant. Un peu plus tard, le sommelier arrive. Il annonce que le vin en question n'est plus disponible et qu'il va en suggérer un autre. Karin traduit le dialogue pour les clients et joue le rôle d'intermédiaire entre le sommelier et eux afin qu'ils trouvent un vin adéquat.

Aux alentours de 22 heures, Catherine encaisse les clients. Elle suggère en allemand à M. et Mme Bucher des activités à faire le lendemain dans les environs de l'hôtel. Enfin, Catherine Cassel prend congé des clients qui quittent le restaurant et leur souhaite une bonne nuit.

**Questions clés :**

- Quelles sont les civilités correctes à employer avec les clients ?
- Quelles suggestions de menu puis-je conseiller au client ?
- Suis-je capable de traduire et d'interpréter des textes (articles de journaux, pages web, sites d'hôtels) à différentes fins ?
- Quels thèmes grammaticaux utiliser pour une présentation brève (brochure, courrier de bienvenue) et pour des textes simples de 1<sup>ère</sup> année de formation (approfondissement) ?
- Comment gérer les clients du restaurant (accueil, service, recommandations...) ?
- Suis-je capable de faire des suggestions de menu ?
- Quelles civilités dois-je employer pour les réclamations et pour les personnes qui ont des besoins particuliers ?
- Comment mener des discussions sur l'avenir et les possibilités avec des indications temporelles complexes ?

**Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :**

**Contenus didactiques :**

1.6.1 Ils appliquent les principales conventions de politesse dans la deuxième langue nationale. (C3/6L)

- Ils reçoivent des clients et des groupes de clients à l'hôtel et au restaurant.
- Ils utilisent des civilités et des formules correctes pour poser des questions.
- Ils prennent congé, émettent des suggestions et donnent leur avis.

1.6.2 Ils **conduisent des entretiens** et comprennent des **documents oraux** authentiques dans la deuxième langue nationale et restituent les contenus (généraux, détaillés) aussi bien dans la première langue nationale que dans la deuxième langue nationale. (C3/6L)

- Ils enregistrent et traitent les réservations de manière autonome (jeux de rôle, documents oraux).
- Ils servent les clients au restaurant.

1.6.3 Ils comprennent les principaux **contenus de textes** reçus dans la deuxième langue nationale et peuvent en restituer les contenus. (C3/6L)

- Ils comprennent des textes longs et complexes du domaine de la restauration (article de journal, article en ligne, site d'un hôtel, etc.).
- Ils en retirent des informations et les traitent.

1.6.4 Ils comprennent le **contenu d'entretiens** et restituent oralement leur sens dans la deuxième langue nationale. (C3/6L)

- Ils savent raconter des événements, engager des discussions et utiliser la forme du passé.

<p>1.6.5 Ils utilisent dans des entretiens conduits dans la deuxième langue nationale les <b>termes spécifiques à la profession</b> et la <b>morphosyntaxe de base</b>, de manière adaptée au destinataire. (C3/6L).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils élargissent leur vocabulaire (cuisine, service, économie domestique).</li> <li>• Ils mènent des discussions au passé.</li> <li>• Ils utilisent une syntaxe correcte (phrases relatives).</li> <li>• Ils utilisent des articles (indication de quantités, etc.).</li> </ul>	
<p>1.6.6 Ils utilisent dans le cadre de l'<b>entretien</b> dans la deuxième langue nationale leurs connaissances des <b>produits et services proposés par l'entreprise</b> avec des arguments probants et orientés vers les besoins des clients. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils présentent d'emblée leur propre établissement.</li> <li>• Ils présentent les menus dans la deuxième langue nationale (allemand).</li> <li>• Ils relatent des activités quotidiennes.</li> <li>• Ils nomment les tâches des entreprises.</li> <li>• Ils donnent des renseignements sur les besoins de base des clients.</li> </ul>	
<p>3.6.1 Ils <b>élaborent des textes simples et orientés sur la pratique</b> dans la deuxième langue nationale. (C3/8L)</p>	<p><b>Approfondissement de la 1<sup>ère</sup> année :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils rédigent des textes simples et de brèves présentations (brochures, courriers de bienvenue) avec accent sur des thèmes grammaticaux.</li> </ul>	
<p>3.6.2 Ils <b>rédigent des textes simples</b> du quotidien professionnel (p. ex. communications, courriels, lettres formelles) dans la deuxième langue nationale et savent appliquer les règles de l'orthographe, la morphosyntaxe et la forme correctes. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils rédigent des lettres commerciales avec accent sur les règles protocolaires.</li> </ul>	
<p>3.6.3 Ils <b>restituent le sens de textes simples</b> du quotidien professionnel de la première dans la deuxième langue nationale. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils résument des articles longs et complexes avec thème central.</li> <li>• Ils écrivent leurs opinions et les évaluent.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plénum</li> <li>• Travail de groupe</li> <li>• Travail en partenariat</li> <li>• Travail individuel</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b> Selon les recommandations et le niveau de l'école</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b> Tests de compétences oraux / écrits, jeu de rôle au niveau C1, C2, C3 <i>Remarque : pour les langues étrangères, DCO 1 et DCO 3 sont combinés. Observer le système de notation.</i></p>

## Langues étrangères : anglais

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

**Compétences opérationnelles plan de formation : 1.7 / 3.7**

**Nombre de leçons : 52**

**Situation :**

Aujourd'hui, Melissa assure le service du matin à la réception. Ses tâches consistent à archiver la correspondance, répondre aux e-mails et au téléphone ainsi qu'enregistrer et traiter les réservations.

M. Smith, qui parle anglais, appelle pour réserver, à l'occasion d'un anniversaire, un repas d'entreprise pour 30 convives dans la semaine à venir, qu'il souhaite clore par un petit exposé. Melissa clarifie les points suivants : disponibilités, nombre d'invités, présentation du menu, plan de table, questions techniques et demandes spéciales.

Au cours de sa réunion quotidienne avec le chef de cuisine et la responsable de la restauration, Melissa communique les besoins de base du client et évoque le déroulement de l'événement de M. Smith.

Dans l'après-midi, elle donne une confirmation écrite en anglais à M. Smith. Celle-ci contient une brève présentation de l'établissement, les informations principales sur la réservation, les suggestions de menu ainsi que les demandes spéciales du client.

Le jour J, Melissa travaille avec l'apprenti de 1<sup>ère</sup> année. Ils mettent le couvert pour l'événement, répètent le vocabulaire lié à la cuisine et à l'économie domestique et préparent un cocktail de fruits pour l'apéritif.

Il est maintenant 11h00. Les clients arrivent ; Melissa les accueille et leur sert l'apéritif. Le repas de midi est servi à 12h15.

À 15h30, Melissa prend congé de M. Smith et de ses invités. Elle lui demande s'il a trouvé entière satisfaction.

Bien que l'événement ait été un succès, Melissa est atterrée par la quantité de nourriture restante. Elle décide de rédiger un article en anglais pour la newsletter interne sur la problématique du « food waste » (gaspillage alimentaire) et sur les solutions envisageables.

<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelles sont les civilités adéquates pour accueillir les clients, leur poser des questions et prendre congé d'eux ?</li> <li>• Quelles suggestions de menu puis-je conseiller au client ?</li> <li>• Quels textes (articles de journaux, Internet, sites web des hôtels) sont importants pour mes clients ?</li> <li>• Suis-je capable de raconter des événements au passé ?</li> <li>• Comment dois-je servir les clients au restaurant ?</li> <li>• Suis-je capable de présenter mon établissement d'emblée ?</li> <li>• Comment puis-je donner des renseignements sur les besoins des clients ?</li> <li>• Comment rédiger des lettres commerciales avec accent sur les règles protocolaires ?</li> <li>• Quels thèmes grammaticaux utiliser pour une présentation brève (brochure, courrier de bienvenue) et pour des textes simples destinés à la 1<sup>ère</sup> année de formation (approfondissement) ?</li> </ul>	
<p><b>Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :</b></p>	<p><b>Contenus didactiques :</b></p>
<p>1.7.1 Ils appliquent les principales <b>conventions de politesse</b> en anglais. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• formes formelles de politesse</li> <li>• formes correctes de salut et de remerciement (C3/6L)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils accueillent les clients et les groupes de clients dans l'hôtel et dans le restaurant.</li> <li>• Ils utilisent des civilités et des formules correctes pour poser des questions et prendre congé.</li> <li>• Ils donnent leur avis.</li> <li>• Ils donnent des recommandations.</li> </ul>
<p>1.7.2 Ils <b>conduisent des entretiens</b>, comprennent des <b>documents oraux</b> authentiques en anglais et restituent les contenus (généraux, détaillés) aussi bien dans la première langue nationale qu'en anglais. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils enregistrent et traitent les réservations de manière autonome (jeux de rôle, documents oraux).</li> <li>• Ils servent les clients au restaurant.</li> </ul>
<p>1.7.3 Ils comprennent les principaux <b>contenus de textes</b> reçus en anglais et peuvent restituer les contenus. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils comprennent des textes longs et complexes du domaine de la restauration (article de journal, article en ligne, site d'un hôtel, etc.).</li> <li>• Ils en retirent des informations et les traitent.</li> </ul>
<p>1.7.4 Ils comprennent le <b>contenu d'entretiens</b> et restituent oralement son sens en anglais. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils savent raconter des événements.</li> <li>• Ils prennent la parole.</li> <li>• Ils utilisent la forme du passé pour relater des faits.</li> </ul>

<p>1.7.5 Ils utilisent dans des entretiens conduits en anglais les <b>termes spécifiques à la profession</b> et la <b>morphosyntaxe de base</b>, de manière adaptée au destinataire. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils élargissent leur vocabulaire (cuisine, service, économie domestique).</li> <li>• Ils mènent des discussions au passé.</li> <li>• Ils emploient la syntaxe (phrases relatives) et les articles (indication de quantités) corrects.</li> </ul>	
<p>1.7.6 Ils utilisent dans le cadre de l'<b>entretien</b> en anglais leurs connaissances des <b>produits et services proposés par l'entreprise</b> avec des arguments probants et orientés vers les besoins des clients. (C3/6L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils présentent d'emblée leur propre établissement.</li> <li>• Ils réalisent des traductions des menus.</li> <li>• Ils relatent des activités quotidiennes.</li> <li>• Ils nomment les tâches des entreprises.</li> <li>• Ils donnent des renseignements sur les besoins de base des clients.</li> </ul>	
<p>3.7.1 Ils <b>élaborent des textes simples et orientés sur la pratique</b> en anglais. (C3/8L)</p>	<p><b>Approfondissement de la 1<sup>ère</sup> année :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils rédigent des textes simples et de brèves présentations (brochures, courriers de bienvenue) avec accent sur des thèmes grammaticaux.</li> </ul>	
<p>3.7.2 Ils <b>rédigent des textes simples</b> du quotidien professionnel (p. ex. communications, courriels, lettres formelles) en anglais et savent appliquer les règles de l'orthographe, la morphosyntaxe et la forme correctes. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils rédigent des lettres commerciales avec accent sur les règles protocolaires.</li> </ul>	
<p>3.7.3 Ils <b>restituent le sens de textes simples</b> du quotidien professionnel de la première langue nationale en anglais. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils résument des articles longs et complexes avec thème central.</li> <li>• Ils écrivent leurs opinions et les évaluent.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plénum</li> <li>• Travail de groupe</li> <li>• Travail en partenariat</li> <li>• Travail individuel</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b> Selon les recommandations et le niveau de l'école</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b> Tests de compétences oraux / écrits, jeux de rôle aux niveaux C1, C2, C3 <i>Remarque : pour les langues étrangères, DCO 1 et DCO 3 sont combinés. Observer le système de notation.</i></p>

## Organisation structurelle

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.2 / 1.4 / 4.3	Nombre de leçons : 34
<p><b>Situation 1 : on recherche une réceptionniste/un réceptionniste pour le spa !</b> L'hôtel 4 étoiles « Vitalpur » dispose d'un nouvel espace wellness avec piscine et sauna. Dès la saison prochaine, divers soins de beauté et de bien-être seront proposés. Un poste de réceptionniste est mis au concours pour l'espace spa. La spécialiste en communication hôtelière Jasmin Berger est mandatée par Martina Sommer cheffe du personnel, afin de définir le <b>profil d'exigences pour la description du poste</b>. Les domaines d'activité sont les suivants : accueillir prendre congé des clients, noter les rendez-vous et attribuer les salles. Mener des entretiens téléphoniques et de vente, s'occuper de la correspondance avec les clients et de la facturation, aménager l'espace d'accueil, gérer les réclamations, aider à établir le plan de service, élaborer les offres, coopérer avec la réception de l'hôtel, commander les produits et les prospectus. Jasmin Berger établit le profil d'exigences pour la réceptionniste/le réceptionniste du spa et le soumet à la cheffe du personnel.</p> <p><b>Situation 2 : oh, comme c'est beau !</b> La spécialiste en communication hôtelière Jasmin Berger est mandatée par Mme Leise, gouvernante, afin d'élaborer un <b>plan de décoration</b> saisonnier pour toute l'année. Elle doit en premier lieu dresser un <b>inventaire</b> du matériel de décoration disponible. Ensuite, Jasmin Berger émet des propositions d'<b>aménagement saisonniers respectueux de l'environnement</b>. Elle réalise un plan de décoration saisonnier pour les espaces suivants : accueil de l'hôtel, étages, chambres d'hôtel, restaurant, salle du petit déjeuner et salle d'accueil de l'espace wellness. Il est essentiel que les clients perçoivent la décoration comme une unité. Elle soumet la planification à la gouvernante, qui est époustoufflée par sa créativité.</p> <p>En raison de la planification créative de l'année, Jasmin Berger est maintenant également chargée par Mme Leise d'élaborer une proposition détaillée pour les étages pour la saison actuelle (été). Jasmin Berger suggère d'étendre la proposition à toutes les zones de l'hôtel afin de respecter le principe d'unité. Mme Leise est d'accord et Jasmin élabore ainsi une proposition de décoration détaillée et pratique pour l'ensemble de l'hôtel « Vitalpur » sur le thème « L'été, c'est les vacances ».</p>	

<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel nouveau service est intégré à l'organigramme suite à l'extension de l'espace wellness ?</li> <li>• Quels nouveaux postes sont définis ?</li> <li>• À quelles exigences la réceptionniste/le réceptionniste du spa doit-elle satisfaire ?</li> <li>• Quels matériaux peuvent servir à aménager l'ambiance saisonnière ?</li> <li>• Quelles mesures peuvent nous permettre, ainsi qu'à nos clients, de contribuer à protéger l'environnement ?</li> </ul>	
<p><b>Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :</b></p>	<p><b>Objectifs didactiques :</b></p>
<p>1.2.1 Ils décrivent la <b>structure d'organisation dans l'hôtellerie</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils connaissent l'organigramme.</li> <li>• Ils peuvent expliquer le concept de l'organisation structurelle ainsi que la concordance entre fonction, compétences et responsabilité.</li> <li>• Ils reconnaissent et expliquent les informations issues d'un organigramme à l'aide d'exemples.</li> </ul>
<p>1.2.2 Ils présentent différentes <b>formes d'organigrammes</b>, leurs avantages et inconvénients ainsi que leurs caractéristiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formes d'organisation (organisation en ligne, organisation en ligne d'état-major).</li> </ul> <p>(C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent les formes d'organisation (organisation en ligne, organisation en ligne d'état-major), leurs avantages, leurs inconvénients et leurs particularités à l'aide d'exemples.</li> <li>• Ils expliquent les formes d'organisation (organisation par secteurs, organisation matricielle), leurs avantages et leurs inconvénients. Pour compléter, ils décrivent leurs particularités afin de les distinguer.</li> <li>• Ils élaborent des formes d'organisation à l'aide d'exemples pratiques et les présentent.</li> </ul>
<p>1.2.3 Ils décrivent les différents <b>profils d'exigences des postes</b>. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent les objectifs et le contenu du profil d'exigences.</li> <li>• Sur la base du domaine d'activité de différents postes, ils établissent les profils d'exigences correspondants.</li> </ul>
<p>1.2.6 Ils décrivent les <b>objectifs, les contenus et l'utilisation</b> des instruments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cahier des charges</li> <li>• description de poste</li> <li>• diagramme des fonctions</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent les objectifs, les contenus et l'utilisation des instruments (cahier des charges, description de poste et diagramme des fonctions).</li> </ul>

<p>1.2.7 Ils expliquent les objectifs et la structure des <b>planifications</b> suivantes. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• listes de réservations</li> <li>• planification des offres</li> <li>• planification des collaborateurs</li> <li>• planification du temps et de l'organisation</li> <li>• listes de contrôles / autocontrôles</li> </ul> <p>(C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent les objectifs et la structure des planifications (p. ex. listes de réservations, planification des offres, planification des collaborateurs, planification du temps et de l'organisation, listes de contrôles / autocontrôles) (<i>voir aussi planification de la décoration, point 1.4.12.</i>)</li> <li>• Ils distinguent les planifications à long, à moyen et à court terme.</li> <li>• Ils décrivent les avantages de l'utilisation de planifications.</li> <li>• Ils expliquent ce que sont les listes de contrôle et à quoi elles servent. Ils établissent des comparaisons à l'aide d'exemples pratiques. (<i>Remarque : la création, l'utilisation et le développement des listes de contrôle se font en 3<sup>e</sup> année de formation au point 4.4.3 avec situation d'apprentissage.</i>)</li> </ul>
<p>1.4.11 Ils expliquent l'<b>importance de l'ambiance</b> pour le client et l'entreprise. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.4.11 /1.4.13 Ils connaissent et décrivent les fondements de l'agencement intérieur et les possibilités pour agencer l'ambiance, telles que l'environnement, les installations, les plantes, la lumière, les décorations, les effets sonores, les odeurs, les couleurs, l'eau et le feu. (4L)</li> </ul>
<p>1.4.12 Ils expliquent les <b>possibilités d'utilisation et les effets prévus</b> de l'ambiance. (C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent les effets des possibilités d'aménagement.</li> <li>• Ils élaborent un plan de décoration saisonnier respectueux de l'environnement.</li> </ul>
<p>1.4.13 Ils décrivent les <b>possibilités pour aménager une ambiance</b> exprimant les valeurs et les objectifs d'une entreprise régionale. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• environnement</li> <li>• installations</li> <li>• décoration</li> </ul> <p>(C2/2L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voir le point 1.4.11 ci-dessus</i></li> </ul>

<p>4.3.3 Ils déduisent des <b>mesures</b> à partir de dispositions légales et de normes <b>pour la protection de l'environnement dans l'hôtellerie.</b> (C4/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ils déduisent des mesures de protection de l'environnement.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Travail individuel</li> <li>Travail de groupe</li> <li>Entretien pédagogique</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b></p> <p>Examens écrits Jeux de rôle</p>

## Planifier de manière efficace

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

<p><b>Compétences opérationnelles plan de formation : 3.2 / 3.4</b></p>	<p><b>Nombre de leçons : 18</b></p>
<p><b>Situation :</b> L'esprit d'équipe suit une formation continue ! Une équipe qui se connaît bien et qui s'apprécie est le meilleur fondement possible pour un travail de qualité et des clients satisfaits.</p> <p>La spécialiste en communication hôtelière Melissa Weiss a été mandatée par la directrice Martina Kurz afin d'organiser une sortie pour le personnel de l'hôtel « Ambassador », un établissement 4 étoiles. L'hôtel « Ambassador » est un hôtel orienté sport et compte 14 salariés, dont 5 nouveaux qui ont rejoint l'équipe il y a quelques semaines.</p> <p>La <b>sortie d'entreprise</b> a pour objectif de consolider l'équipe (« teambuilding »). Melissa Weiss reçoit les informations suivantes quant à l'organisation de l'événement : la sortie doit durer 8 heures au maximum et le budget s'élève à CHF 2'000.00 pour la journée. Le bus de l'hôtel est à disposition pour le transport. Comme la sortie aura lieu quelle que soit la météo, Melissa est chargée de prévoir une variante en cas de beau temps et une seconde en cas de mauvais temps. La sécurité doit être garantie.</p> <p>Melissa Weiss s'informe sur les offres existantes dans la région et se renseigne également en ligne au sujet d'autres prestataires. Elle constate que certains prestataires organisent même des <b>événements de teambuilding</b> sur place. L'offre est variée : travail d'équipe dans le noir, séminaire de rire, construction d'un radeau au bord d'un lac de montagne, escape game à Interlaken, et bien plus encore. Melissa Weiss planifie les deux variantes. Elle prépare un <b>budget</b> et un <b>programme</b> détaillé. Elle décrit ensuite de manière approfondie l'organisation et l'objectif de l'événement de teambuilding. Une fois l'activité terminée, les conclusions seront synthétisées. Le groupe définira trois règles d'or qui auront désormais une influence positive sur son travail d'équipe. Afin de prendre en compte l'individualité de chaque collaborateur, Melissa élabore également un <b>formulaire de feedback</b> par le biais duquel les participants pourront donner un retour personnel sur la journée de teambuilding.</p> <p>Elle présente le résultat de ses réflexions à la directrice, qui est absolument ravie de son programme créatif.</p>	
<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment motivons-nous nos collaborateurs ?</li> <li>• Comment pouvons-nous exercer une influence positive sur l'esprit d'équipe ?</li> <li>• De quels points faut-il tenir compte pour l'organisation d'un événement interne ?</li> </ul>	

Objectifs évaluateurs plan de formation :	Contenus didactiques :	
<p>3.2.5 Ils <b>planifient des événements internes</b>. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• séances de cadres</li> <li>• excursions du personnel (C3/10L)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils planifient un événement interne (idée, planification, budget, invitation).</li> <li>• Ils planifient et créent une présentation à l'intention de la direction (idée, planification, objectif, etc.).</li> <li>• Ils élaborent un formulaire de feedback (créer un formulaire pour la sortie d'entreprise : comment était la sortie, etc.).</li> </ul>	
<p>3.4.1 Ils décrivent les <b>éléments de base de la GRH</b>. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils expliquent les tâches RH administratives liées à l'arrivée et au départ des collaborateurs.</li> <li>• Ils décrivent la structure et le contenu d'un dossier de collaborateur.</li> <li>• Ils décrivent les éléments principaux de la phase d'introduction d'un nouveau collaborateur à l'aide d'exemples.</li> <li>• Ils citent au moins 5 tâches récurrentes en matière de ressources humaines et les instruments adéquats pour les exécuter.</li> <li>• Ils expliquent les interactions existantes entre la gestion du personnel et la motivation / le travail d'équipe.</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plénum</li> <li>• Travail individuel</li> <li>• Travail de groupe</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b> WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b> Présentation de propositions d'amélioration concrètes pour un bon travail d'équipe Documentation « Journée de teambuilding » Présentation « Journée de teambuilding »</p>

## Travail administratif 1

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 2.3 / 3.1	Nombre de leçons : 25
<p><b>Situation :</b>            La spécialiste en communication hôtelière Sarah Winter travaille au back-office de l'établissement 4 étoiles « Blauer Bären » au service des réservations. Depuis longtemps, l'hôtel se plaint des retours négatifs des clients. Le personnel, quant à lui, reproche à l'établissement un manque d'informations en interne.</p> <p>Les supérieurs de Sarah Winter lui confient à présent la tâche d'examiner le processus de feedback de la clientèle et de le restructurer. Jusqu'à aujourd'hui, on recueillait en personne l'avis des clients au moment du check-out et le transmettait aux supérieurs avec des notes. Sarah se demande quel instrument utiliser pour saisir la satisfaction de la clientèle et opte pour un questionnaire écrit. En élaborant ce questionnaire, elle s'interroge sur les questions pertinentes à poser et sur la meilleure façon de les formuler (questions ouvertes ou fermées). Elle réfléchit également à l'échelle de notation et à sa symbolique.</p> <p>Comme elle compte aussi envoyer le formulaire aux clients réguliers, Sarah contrôle les données enregistrées dans le système. Elle remarque rapidement que les données ne sont pas à jour et commence à les post-traiter. En outre, elle examine et améliore le processus administratif de saisie des bulletins d'arrivée.</p> <p>Cette nouveauté est communiquée aux collaborateurs. Pour qu'ils soient tous informés en conséquence, Sarah Winter observe le flux d'informations internes et effectue une analyse comparative entre la situation actuelle et la situation visée. Ce faisant, elle constate que les listes de contrôle disponibles ne sont pas suffisamment utilisées et que les informations se perdent par manque de réunions. Elle propose à ses supérieurs d'organiser à l'avenir une réunion opérationnelle tous les matins afin que les chefs de service puissent discuter de la situation actuelle au sein de l'hôtel.</p>	
<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment contrôler la satisfaction de la clientèle ?</li> <li>• Comment gérer les données et les informations des clients, des partenaires et des collaborateurs ?</li> <li>• Quels instruments connaissons-nous dans les différentes phases de processus administratives ?</li> <li>• Quelle est la procédure en cas de réclamation et à quoi est-ce important de veiller en transmettant un feedback ?</li> </ul>	

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :	Contenus didactiques :
2.3.1 Ils conçoivent un <b>instrument</b> adapté (p. ex. questionnaire ou questionnaire d'évaluation par téléphone) pour évaluer la <b>satisfaction des clients</b> pour un produit ou une prestation de service. (C3/8L)	Mesurer la satisfaction de la clientèle <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils présentent les instruments disponibles pour connaître le degré de satisfaction des clients (questionnaire, enquête en ligne, entretien oral...).</li> <li>• Ils élaborent un questionnaire écrit composé de questions judicieuses.</li> <li>• Ils développent des possibilités d'évaluation et d'analyse des résultats.</li> </ul>
3.1.4 Ils <b>saisissent les données et les informations</b> des clients, des partenaires et des collaborateurs. (C3/8L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils saisissent les réservations de groupe.</li> <li>• Ils saisissent les données et les informations relatives aux demandes spéciales dans la fiche client.</li> <li>• Ils saisissent les données des entreprises.</li> </ul>
3.1.5 Ils <b>traitent les données et les informations</b> des clients, des partenaires et des collaborateurs à l'aide de CRM, de logiciels pour les hôtels et de programmes RH. (C3/7L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils traitent les données des réservations de groupe.</li> <li>• Ils traitent les données et les informations relatives aux demandes spéciales dans la fiche client.</li> <li>• Ils traitent les données des entreprises.</li> <li>• Ils traitent les données et les informations à l'aide de CRM, de logiciels pour les hôtels et de programmes RH et s'y entraînent avec des exemples pratiques.</li> </ul>
3.1.9 En cas de demandes, ils appliquent les <b>phases de processus administratives</b> en utilisant les moyens auxiliaires. Par exemple : <ul style="list-style-type: none"> <li>• saisir et documenter la demande</li> <li>• examiner la demande et clarifier les capacités à l'aide de listes de rendez-vous et de réservations</li> <li>• utiliser les listes de contrôle</li> <li>• confirmer la demande et expliquer le flux d'informations internes avec des instruments appropriés.</li> </ul> (C3/2L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils saisissent une demande et la documentent.</li> <li>• Sur la base des demandes, ils déterminent les capacités à l'aide de listes de rendez-vous et de réservations.</li> <li>• Ils utilisent les listes de contrôle.</li> <li>• Ils confirment une demande et présentent le flux d'informations internes avec des instruments appropriés.</li> </ul>

<b>Forme de travail (forme sociale) :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Travail individuel</li><li>• Travail de groupe</li><li>• Entretien pédagogique</li></ul>	<b>Matériel d'apprentissage :</b> WIGL	<b>Méthode d'examen :</b> Examens écrits Jeux de rôles
--	---	--

## Travail administratif 2

### Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 2.1 / 2.2

Nombre de leçons : 16

**Situation :**

Le spécialiste en communication hôtelière Nando Casty travaille au bureau de direction de l'Hôtel Bellerive, un établissement 4 étoiles. Étant donné que Nando s'intéresse vivement au marketing et qu'il doit effectuer un travail d'approfondissement dans ce domaine à l'école professionnelle, sa supérieure a décidé de lui confier le mandat suivant : afin de marquer l'ouverture de la saison à venir, l'entreprise prévoit d'organiser un événement sur le thème du « Spring-Break ».

Nando se voit confier les tâches ci-après :

- Déterminer les segments de clients
- Trouver des idées pour l'événement (y compris création d'un package comprenant repas et nuitée)
- Définir les supports d'information.
- 

En collaboration avec la direction, Nando détermine les segments de clients avant d'élaborer un package adéquat.

Il s'agit à présent de réfléchir au meilleur moyen d'annoncer l'événement et de définir les supports d'information qui seront utilisés à cet effet. Avant de sélectionner les supports d'information à privilégier, Nando se demande lesquels sont les mieux adaptés aux segments de clients en question. Il propose à sa supérieure les supports d'information suivants :

- Flyer imprimé
- Annonce publiée dans une revue appropriée
- E-mail groupé destiné à tous les clients réguliers et aux parties prenantes.

La supérieure de Nando accepte sa proposition. Nando réfléchit à la meilleure façon de présenter le contenu sur chacun des supports d'information et se demande qui pourrait lui apporter son aide en la matière. Il réalise lui-même une ébauche, dont il confie la conception finale à la graphiste externe généralement mandatée par l'entreprise pour ce genre de travail. Une fois que tous les supports d'information ont été élaborés et que Nando a obtenu l'aval de l'établissement, il envoie / publie la communication.

Nando se voit alors assigner une mission supplémentaire : en guise de programme-cadre, la direction souhaite donner une conférence sur le thème des « Tendances dans l'hôtellerie ». Dans cette optique, Nando effectue des recherches sur des plateformes et dans des journaux spécialisés afin de trouver des tendances à examiner. Il récolte des informations pour la directrice et les lui transmet pour qu'elle puisse préparer la conférence de manière optimale.

L'événement peut à présent définitivement être organisé et avoir lieu. Nando aura également des tâches à accomplir pendant la manifestation. Il s'en réjouit d'avance.

**Questions clés :**

- Quels supports d'information sont les mieux adaptés pour les segments de clients définis ?
- Quels sont les besoins et les préférences éthiques fondamentaux de la clientèle ?
- Quelles tendances peut-on actuellement observer dans l'hôtellerie et la société ?

**Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :**

**Contenus didactiques :**

2.1.1 Ils décrivent les **besoins et les préférences de valeur des segments de clients**, les particularités d'hôtels typiques ainsi que les tendances dans la branche et la société. (C2/4L)

- Ils appliquent le modèle de la pyramide des besoins (Maslow) aux besoins d'un client de l'hôtel.
- Ils décrivent les différents types d'établissements à l'aide de leurs caractéristiques spécifiques.
- Ils distinguent et définissent les groupes cibles pertinents pour l'établissement.
- Ils déterminent les différents segments de clients de votre établissement et décrivent les besoins propres à chacun d'entre eux.
- Ils expliquent la notion de « marketing mix » ainsi que leur lien avec les groupes cibles.

2.1.2 Ils évaluent les **tendances** à l'aide d'un catalogue des chances et des risques. (C6/4L)

- Ils évaluent les tendances actuelles dans la branche et la société (numérisation, transformation technique, génération du millénaire en tant que nouvelle clientèle, durabilité, wellness/well-aging, gaspillage alimentaire, internationalisation...).
- Ils présentent les chances et les risques inhérents à chaque tendance de manière comparative.
- Ils évaluent les tendances sur la base de leurs chances et de leurs risques.

<p>2.1.3 Ils conçoivent des <b>produits pour des offres spécifiques</b> ou les adaptent. (C5/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils conçoivent un package pour un événement spécial : nuitée et repas, entrée : tenir compte du point mort.</li> <li>• Ils mettent au point différentes options / possibilités pour le produit développé.</li> </ul>	
<p>2.2.4 Ils décrivent les <b>formes et les groupes cibles des supports d'information</b>. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• médias imprimés</li> <li>• médias numériques.</li> </ul> <p>(C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils décrivent les formes, les groupes cibles et l'utilisation pertinente des supports d'information suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>- cartes d'offres, affiches d'ascenseur, flyers, prospectus, revue de l'hôtel, supports numériques (newsletter, etc.)</li> <li>- réseaux sociaux</li> </ul> </li> <li>• Ils connaissent les groupes cibles de chaque support d'information (encourager la réflexion cross-média).</li> <li>• Ils expliquent les supports d'information correspondant à chaque groupe cible (notamment communication cross-média).</li> <li>• Ils savent utiliser les supports publicitaires d'une façon conforme à la situation et adaptée au groupe cible.</li> <li>• Ils énumèrent les supports d'information tels que les médias imprimés, les médias numériques, les réseaux sociaux, les instruments verbaux et tout autre support pertinent.</li> <li>• Ils décrivent le groupe cible correspondant à chaque support d'information.</li> <li>• Ils expliquent l'utilisation de chaque support d'information (pour la transmission de quel message est-il le mieux adapté ?).</li> </ul>	
<p><b>Forme de travail (forme sociale) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Travail individuel</li> <li>• Travail de groupe</li> <li>• Entretien pédagogique</li> </ul>	<p><b>Matériel d'apprentissage :</b></p> <p>WIGL</p>	<p><b>Méthode d'examen :</b></p> <p>Examens écrits Jeux de rôle</p>