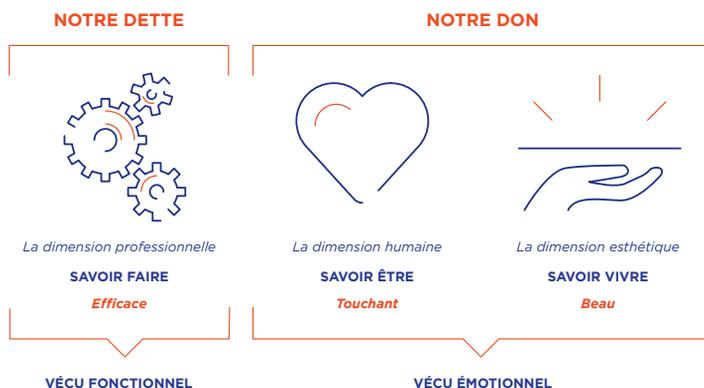




COMMENT DÉFINIR LE SERVICE ?

LE SERVICE N'EST PAS QU'UNE RÉPONSE MATÉRIELLE AUX ATTENTES DU CLIENT, IL A AUSSI UNE DIMENSION IMMATÉRIELLE, QUI PEUT S'EXPRIMER PAR UNE VALEUR AJOUTÉE ÉMOTIONNELLE ET RELATIONNELLE.

POUR ENCHANTER LE CLIENT



Dans chaque attitude ou comportement visible par le Client, chacun se doit de veiller à l'équilibre entre les trois dimensions du Service.

À la question "Que dois-je faire pour satisfaire le Client ?", c'est-à-dire "ne pas décevoir le Client", le collaborateur doit répondre :
"Comment dois-je faire et que dois-je faire de plus, de différent pour enchanger le Client ?"

ATTITUDE CLIENTS, LE DESIGN DE SERVICE PARIS AÉROPORT POUR INCARNER NOTRE PROMESSE "PARIS VOUS AIME"

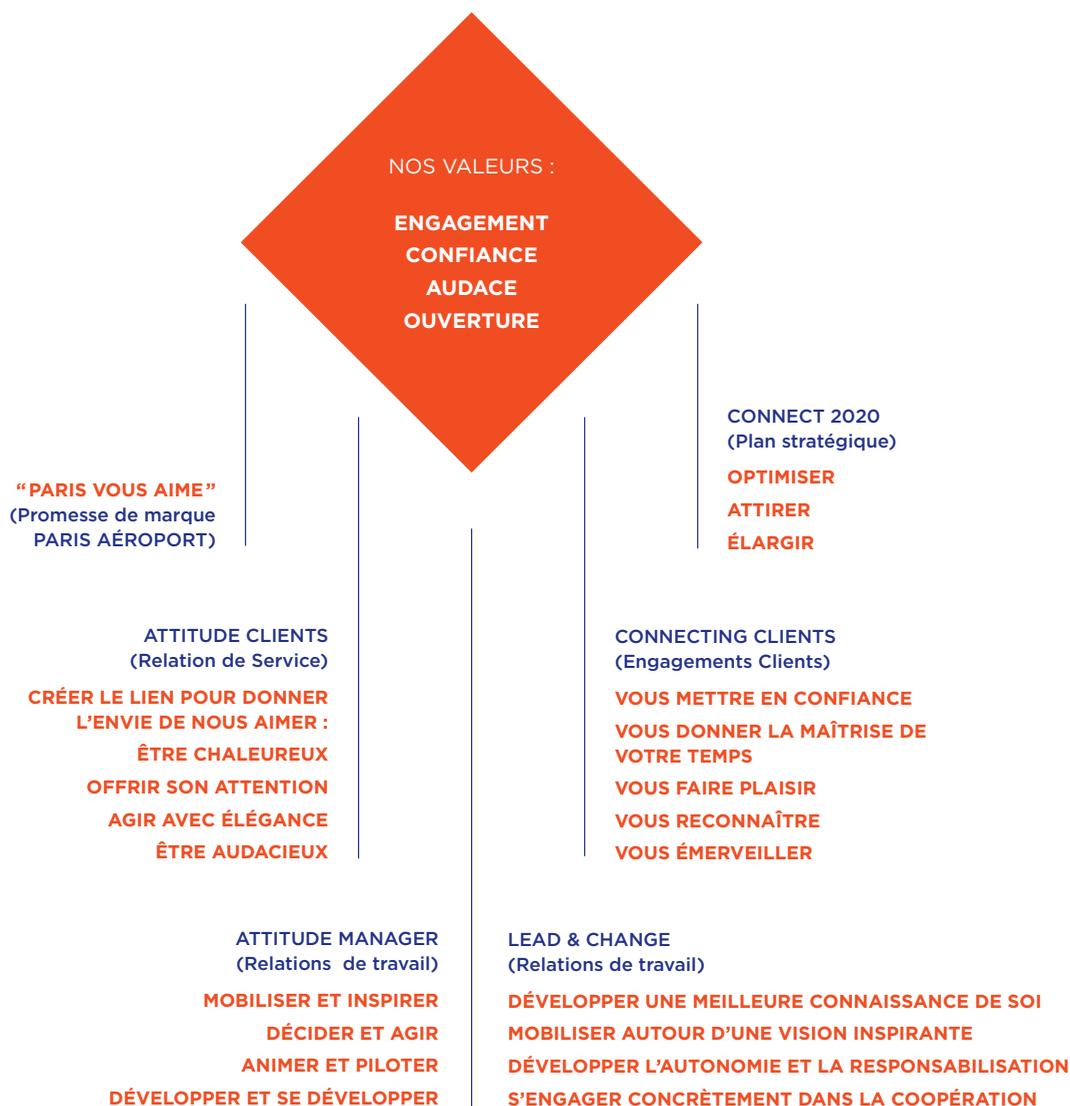
Au même titre que le sont les infrastructures, les lieux d'accueil, les produits, les services ou la charte graphique, le Service doit, lui aussi, être "designé".

À partir de l'ADN de l'entreprise, de ses valeurs, de la promesse de la marque, le design de Service est créé pour être unique, propre à la marque et pour ÊTRE DIFFÉRENCIANT.

IL EST CONSTITUÉ **DES ATTITUDES DE SERVICE**
ET DES **SIGNATURES DE SERVICE**

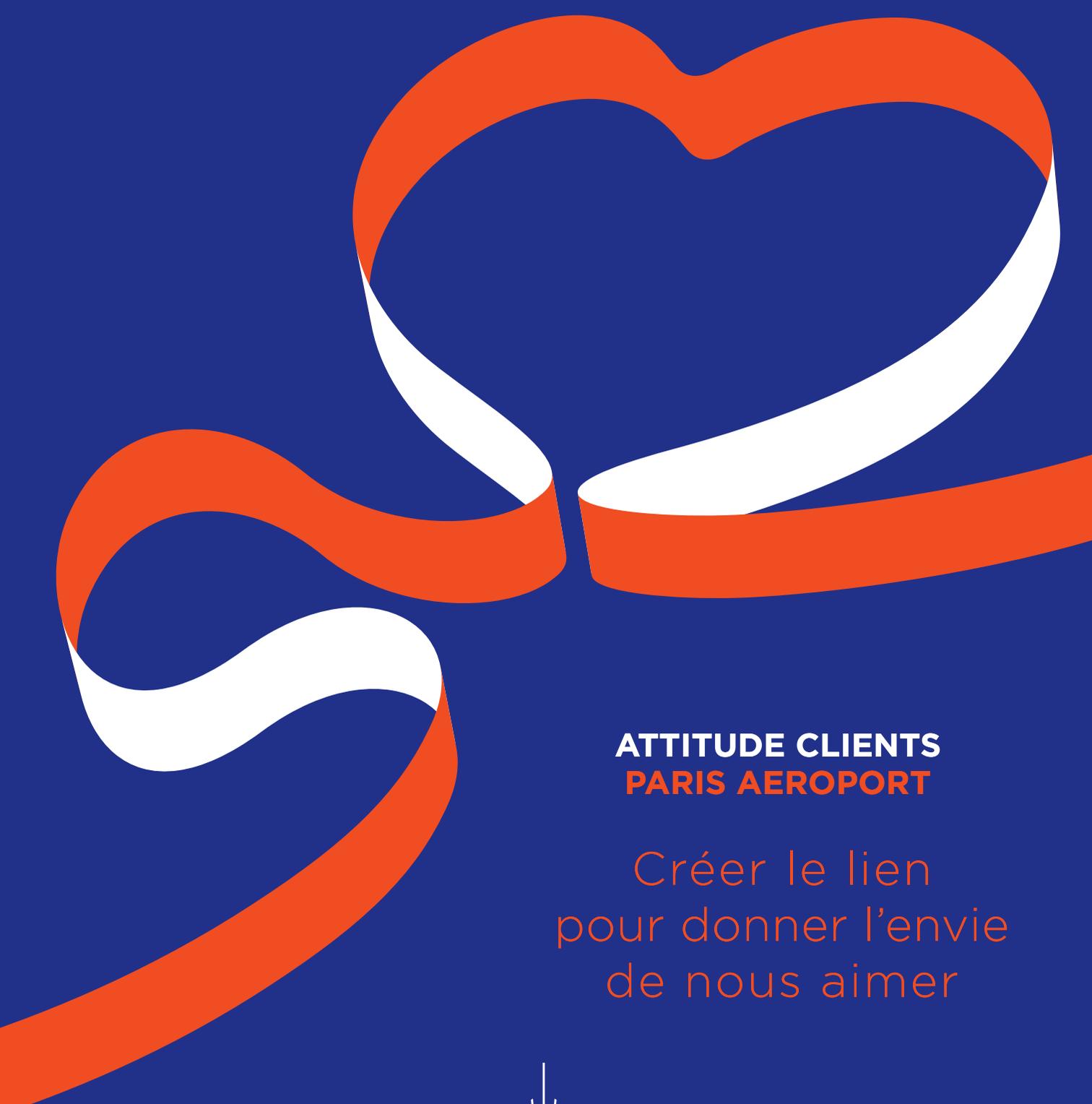
LA DÉMARCHE ATTITUDE CLIENTS AU SERVICE DE NOTRE AMBITION STRATÉGIQUE

GAGNER LA PRÉFÉRENCE DES CLIENTS



groupeadp.fr

1 rue de France
93290 Tremblay-en-France



ATTITUDE CLIENTS
PARIS AEROPORT

Créer le lien
pour donner l'envie
de nous aimer



GROUPE ADP



LE SERVICE AVEC UN GRAND "S"



NOS 4 ATTITUDES DE SERVICE



◆ ÊTRE CHALEUREUX

La relation humaine est au centre de l'expérience Client. Alors, si vous ne disposez que de dix secondes pour laisser au Client une première bonne impression, offrez-lui un vrai sourire authentique et bienveillant et adoptez une attitude dynamique, ouverte et positive dans la posture, la gestuelle et le langage.

Autant de preuves pour le Client de notre sympathie.

Être chaleureux, c'est commencer à le fidéliser.

◆ OFFRIR SON ATTENTION

L'attention, c'est considérer le Client comme une personne et non comme un flux anonyme, le regarder comme un être unique, c'est aussi prendre le temps d'observer autour de soi pour détecter un besoin. Offrir son attention à quelqu'un, c'est lui donner de l'importance, lui montrer qu'il existe dans nos yeux, que nous sommes ici et maintenant avec lui. C'est aussi se sentir concerné par les lieux utilisés par le Client et par ce qui se passe autour de nous.

À Paris Aéroport, plutôt que de prêter attention aux Clients, offrons-leur notre attention avec générosité.

◆ ÊTRE AUDACIEUX

L'audace, c'est la capacité de saisir des opportunités rapidement.

Être audacieux, c'est oser aller vers l'autre et initier le contact en proposant son aide spontanément. Osons prendre l'initiative de surprendre les Clients en les saluant en entrant dans l'ascenseur.

À Paris Aéroport, quelle surprise, alors, pour le Client de constater qu'on est venu à lui sans qu'il ait eu besoin de le demander.

Quelle plus belle preuve que "PARIS VOUS AIME" vraiment ? Comment ne pas vous aimer en retour ?

◆ AGIR AVEC ÉLÉGANCE

Souvent, le premier ou le dernier contact du Client à Paris est un membre de la communauté aéroportuaire. Chacun d'entre nous est un ambassadeur de Paris, capitale mondiale de la mode, de l'élégance et de l'excellence. À ce titre, agir avec élégance, c'est d'abord faire preuve de respect envers le Client et lui montrer que nous sommes fiers de l'accueillir en prenant soin de soi, en gardant une excellente présentation et la bonne posture, en utilisant un langage porteur d'émotion.

À Paris Aéroport, agir avec élégance, c'est avoir le souci du détail et se souvenir que nous représentons tous individuellement un peu l'élégance parisienne.

L'INTENTION DE CHACUN :

CRÉER LE LIEN POUR DONNER L'ENVIE DE NOUS AIMER

ET FAIRE QUE LE SERVICE DE PARIS AÉROPORT SOIT DIFFÉRENT DE CELUI OFFERT AILLEURS.

1

ADOPTER UN LANGAGE POSITIF

Même furtif, un échange avec le Client commence par un SOURIRE et se poursuit par un MOT POSITIF :

- ✓ **veillons à placer le mot "PLAISIR"** une fois dans la conversation avec le Client :
"Avec plaisir Monsieur" au lieu de *"Pas de souci/De rien"*
"Que puis-je faire pour vous faire plaisir ?"

- ✓ **favorisons les phrases de confort conjuguées** pour éviter de donner des ordres en utilisant l'impératif (*"enlevez vos chaussures", "attendez votre tour"*) :
"Je vous invite à..."
"Je vous prie de bien vouloir retirer vos chaussures"

2

PERSONNALISER LE CONTACT

En cours d'entretien ou lors de la prise de congé, montrons au Client qu'il a été pris en compte en qualité de personne et non comme un numéro ou un passage :

- ✓ lire son nom et/ou sa destination sur la carte d'embarquement pour l'**utiliser lors de l'entretien** :
"Bon séjour à New York Monsieur Jones"

- ✓ dire quelques mots dans la langue du Client si on le peut,
- ✓ prendre congé du Client et le remercier selon la situation.

3

ÊTRE COURTOIS EN TOUTES OCCASIONS

La courtoisie rend la vie plus belle. Lors de chaque rencontre avec les Clients, se souvenir que **nous sommes porteurs de l'image** de Paris Aéroport et responsables de contribuer à lui donner envie de nous préférer et de nous aimer. Ainsi, osons remettre au goût du jour quelques gestes de courtoisie qui lui montrera notre implication dans sa satisfaction :

- ✓ ouvrir la porte, la maintenir ouverte et laisser passer le Client devant,

- ✓ inviter le client à entrer en premier dans l'ascenseur, le saluer en le regardant dans les yeux : *"Bonjour Monsieur, Bonjour Madame"*, et demander au Client où il souhaite se rendre pour appuyer sur le bouton de l'étage pour lui,
- ✓ libérer spontanément sa place dans le VAL pour la laisser au Client.

NOS 9 SIGNATURES DE SERVICE

NOS ACTIONS CONCRÈTES POUR RENDRE EXTRAORDINAIRE L'ORDINAIRE DE NOS CLIENTS

4

AUGMENTER NOTRE VISIBILITÉ POUR TOUS ÊTRE DES AIRPORT HELPERS

Pour que le Client puisse aisément identifier les personnels disponibles pour l'aider sur son parcours, et nous sommes plusieurs milliers à les entourer, rendons-nous visibles, identifiables et proactifs en portant un **badge identifiable et visible** indiquant :

- ✓ **notre prénom très lisiblement,**
- ✓ **notre service d'appartenance et notre position en termes simplifiés et compréhensibles par le Client.**

La mention de la position démontre au Client l'implication de tous dans sa prise en charge.

5

ÊTRE CONCERNÉ PAR CE QU'IL SE PASSE AUTOUR DE NOUS

L'environnement d'accueil des Clients est bien l'affaire de tous.

Lors de nos déplacements, restons attentifs pour :

- ✓ **observer** l'environnement et repérer toutes situations critiques,

- ✓ **agir** en prévenant immédiatement le service concerné car celui-ci n'est pas forcément déjà prévenu,
- ✓ **rectifier** sur le champ les petites anomalies qui peuvent l'être (papier au sol, chariot qui traîne...).

6

ADOPTER UNE GESTUELLE ÉLÉGANTE

Pour le plaisir des yeux du Client, **accompagnons notre discours de gestes adaptés, posés, élégants et maîtrisés** :

- ✓ indiquer la destination **paume de main ouverte,**
- ✓ accompagner le Client **sur 3 pas** en lui indiquant la destination, et marcher à ses côtés sans lui tourner le dos,

- ✓ en situation d'attente, opter pour une **posture dos droit** en appui sur les deux pieds.

Évitons de fumer devant les Clients, aux abords des portes, et à défaut, cachons les signes de reconnaissance Paris Aéroport.

7

ÊTRE AMBASSADEUR DE L'IMAGE PARIS AÉROPORT EN TOUTES CIRCONSTANCES

Notre **présentation**, que nous soyons ou pas en uniforme, exprime le respect dû au Client et doit refléter l'image haut de gamme de Paris Aéroport et de Paris, capitale de l'élégance ; et nos **comportements** (conversations au téléphone ou entre collègues, postures) traduisent notre attitude mentale.

Tant que nous pouvons être identifiés comme travaillant pour Paris Aéroport, une compagnie aérienne, un prestataire ou un partenaire, en dehors des heures de travail et/ou de son service, restons ambassadeur de Paris Aéroport :

- ✓ en veillant à l'image que nous véhiculons, en agissant

- ✓ avec élégance et en adoptant des comportements maîtrisés, en nous conduisant de façon exemplaire, en respectant les réglementations liées à notre environnement (code de la route, interdiction de fumer...),
- ✓ en évitant toute conversation liée à notre activité et en restant discret tant que nous pouvons être entendu par de potentiels Clients,
- ✓ en cessant toute conversation avec nos collègues devant le Client pour lui offrir la priorité.

8

UN DÉPLACEMENT UN CLIENT

Pour apporter la preuve concrète de "PARIS VOUS AIME" aux Clients, créons des opportunités de rencontre de notre propre initiative. Lors de chacun de nos déplacements en aérogare ou dans un parking, quelle que soit notre fonction, nous devons nous engager à **repérer au minimum un Client** qui a besoin d'aide ou cherche son chemin.

Prenons l'initiative de l'aborder, sans attendre que le Client nous le demande :

- ✓ marcher en **gardant le regard horizontal** pour observer les Clients,

- ✓ **repérer un Client** hésitant, perdu, paniqué, nerveux,
- ✓ **l'aborder et le saluer,**
- ✓ **lui poser une question ouverte** pour plus d'impact :
"Bonjour Monsieur, je vois que vous cherchez quelque chose, que puis-je faire pour vous ?"
"Bonjour Madame, vous semblez hésiter, comment puis-je vous aider ?"

9

OFFRIR UN SERVICE EN PLUS

Chaque rencontre avec le Client est une opportunité pour lui montrer que l'on a envie de faire un geste supplémentaire pour lui. Ainsi, à la fin de chaque échange avec le Client, ayons le réflexe de :

- ✓ **lui proposer un PLUS** sous forme de question ouverte :
"Que puis-je faire d'autre pour vous ?"
"Quelle autre information puis-je vous donner ?"

- ✓ **lui offrir un conseil ou une information appropriée à la situation :**
"Je vois que vous voyagez avec votre petite fille, sachez qu'elle pourra disposer d'un espace jeux en libre-service en salle d'embarquement."