



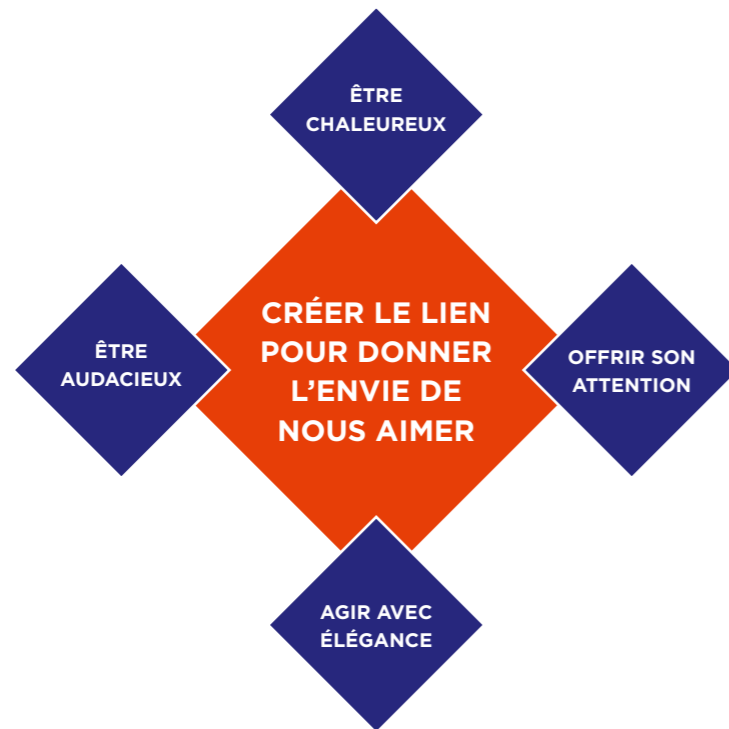
GROUPE ADP

ATTITUDE CLIENTS PARIS AÉROPORT



Connaître et comprendre nos SIGNATURES DE SERVICE “MÉTIER”
ACCÈS, PARKINGS ET AÉROGARES

NOS 4 ATTITUDES DE SERVICE



ET NOS 9 SIGNATURES DE SERVICE "COMMUNES"

POUR RENDRE EXTRAORDINAIRE L'ORDINAIRE DE NOS CLIENTS

- 1 ADOPTER UN LANGAGE POSITIF
- 2 PERSONNALISER LE CONTACT
- 3 ÊTRE COURTOIS EN TOUTES OCCASIONS
- 4 AUGMENTER NOTRE VISIBILITÉ POUR TOUS ÊTRE DES AIRPORT HELPERS
- 5 ÊTRE CONCERNÉ PAR CE QU'IL SE PASSE AUTOUR DE NOUS
- 6 ADOPTER UNE GESTUELLE ÉLÉGANTE
- 7 ÊTRE AMBASSADEUR DE L'IMAGE PARIS AÉROPORT EN TOUTES CIRCONSTANCES
- 8 UN DÉPLACEMENT UN CLIENT
- 9 OFFRIR UN SERVICE EN PLUS

NOS 3 SIGNATURES DE SERVICE "MÉTIERS" ACCÈS, PARKINGS ET AÉROGARES

Ces 3 signatures de service "MÉTIERS" viennent compléter nos 9 signatures de service "COMMUNES" à tous les membres de la communauté aéroportuaire.

Ces actions concrètes sont plus spécifiquement dédiées aux professionnels dont la relation de service s'incarne au quotidien sur nos ACCÈS routiers et ferroviaires, dans nos PARKINGS et AÉROGARES.

- 1 À L'ARRIVÉE, ACCUEILLIR LE CLIENT ET VALORISER PARIS
- 2 MANIFESTER DE L'EMPATHIE POUR LE CLIENT
- 3 AU DÉPART, CRÉER LE LIEN POUR DONNER ENVIE DE REVENIR

1

BIENVENUE

**À L'ARRIVÉE,
ACCUEILLIR LE CLIENT
ET VALORISER PARIS**

Venant de l'autre bout du monde ou de province, **le Client qui descend de l'avion arrive d'abord à Paris avant d'arriver à l'aéroport.**

Paris ! De quoi Paris est-il synonyme pour un Parisien, un Français ou un étranger ? Que représente Paris et la France dans l'imaginaire collectif ?

Paris, ville romantique, de l'amour, ville d'art et d'histoire, capitale de la culture, de la mode et de l'élégance.

Le Client est là, à la porte de l'avion. Qu'attend-il ? Qui l'accueille ? Qui sera son premier contact avec cette ville rêvée ? **Qui va forger sa première impression ?**

Chaque membre de la communauté aéroportuaire est porteur de l'image de Paris et responsable de lui créer une bonne première impression. Dès les premiers instants, de l'arrivée et jusqu'à la sortie de l'aéroport, lors de chaque micro contact, chacun démontre au Client son plaisir de l'accueillir à Paris.

Montrons notre envie de le recevoir et partageons notre fierté de représenter Paris et Paris Aéroport. Faisons vivre à notre Client un moment à la hauteur de ses attentes.

Donnons lui l'envie de nous aimer, dès les premiers instants, en lui offrant spontanément un accueil chaleureux, attentionné, élégant, porteur des valeurs de Paris et de Paris Aéroport.

Saisissons l'opportunité de montrer notre fierté d'appartenance en scénarisant ces premiers instants.

Dès la sortie de l'avion, dans la passerelle, et jusque sur le linéaire, le personnel de l'aéroport "au sol" prend le relais des personnels "de bord".

Ces quelques actes concrets peuvent illustrer cette signature sans pour autant être exhaustifs.

✓ **Dès la sortie de l'avion, tous les personnels présents :**

- ♦ **se positionnent face au Client** (face à la porte de l'avion, à l'escalier, à la passerelle),
"Bonjour Monsieur, bienvenue à Paris",
"Good morning Sir, welcome to Paris",
- ♦ **recherchent le contact visuel** avec les Clients,
"Bonjour Madame, bienvenue à Paris",
- ♦ **sourient** pour exprimer leur enthousiasme,
"Good afternoon Madam, welcome to Paris",
- ♦ **saluent les Clients individuellement** et non collectivement sans chercher à saluer tout le monde, quelle que soit l'origine de l'avion, **la salutation reste en français dans un premier temps** et peut être alternée avec la salutation dans la langue des Clients,
- ♦ **annoncent le numéro du tapis à bagages.** Ainsi, si le vol compte 300 passagers, l'agent qui reste présent jusqu'au dernier passager, salue environ trente à quarante personnes personnellement. Les Clients qui ne sont pas salués personnellement, alors que l'agent est occupé à en saluer d'autres, le comprennent fort bien et se considèrent eux-mêmes accueillis.
- ♦ **souhaitent la BIENVENUE en prononçant le mot "Paris"** et en maintenant le contact visuel,

Pour les Clients en correspondance, le personnel leur porte une attention particulière :

- ♦ **en s'assurant d'une présence humaine,**
- ♦ **en orientant les Clients en correspondance dès leur sortie de la passerelle.**

✓ **Dans une navette inter-terminaux en zone sous douane ou en zone publique :**

♦ **A l'arrivée des premiers Clients, le chauffeur du bus :**

- **se positionne à l'entrée du bus et face aux Clients,**
- **salue les Clients et leur souhaite la bienvenue à Paris,**
"Bonjour Madame, bienvenue à Paris",
"Good afternoon Madam, welcome to Paris",

♦ **Avant de démarrer,** le chauffeur du bus :

- fait une annonce micro pour souhaiter à chacun des Clients à bord à nouveau la bienvenue à Paris,
- **annonce le numéro du tapis prévu** pour la livraison des bagages. L'annonce est répétée en anglais.

✓ **En amont des contrôles de Police (PAF) :**

Avant d'orienter les Clients, **l'agent a un rôle d'accueil,** il :

- ♦ **salue les Clients,**
- ♦ **leur souhaite également la bienvenue à Paris,**
- ♦ **repère ceux qui sont perdus et les oriente.**

✓ **Dans le parking ou la dépose-minute :**

Aux heures d'affluence, l'agent **se positionne à l'entrée du parking.** Ainsi, il peut :

- ♦ **saluer les Clients en veillant à les regarder** au travers du parebrise,
- ♦ **inviter les automobilistes à avancer** pour fluidifier l'accès.

Faire vivre Attitude Clients dans chaque détail :

Nos Clients sont informés par les panneaux lumineux que **10 minutes** leur sont "**OFFERTES**" à la dépose-minute et non pas que 10 minutes sont "gratuites", ce qui indique qu'elles n'auraient pas de valeur.

✓ **En station taxis :**

L'agent souhaite à chaque Client un bon séjour à Paris ou un bon retour à Paris,

- "Bonjour Monsieur, je vous souhaite un agréable séjour à Paris",
"Good afternoon Sir, have a wonderful stay in Paris",
- "Bonsoir Madame, je vous souhaite un bon retour à Paris",
"Good evening Madam, have a nice trip to Paris"

2



MANIFESTER DE L'EMPATHIE POUR LE CLIENT

Le flux de personnes dans un aéroport, tel qu'à Paris, est tellement important qu'il est parfois **difficile de différencier la masse de passagers de l'individu qu'est le Client.**

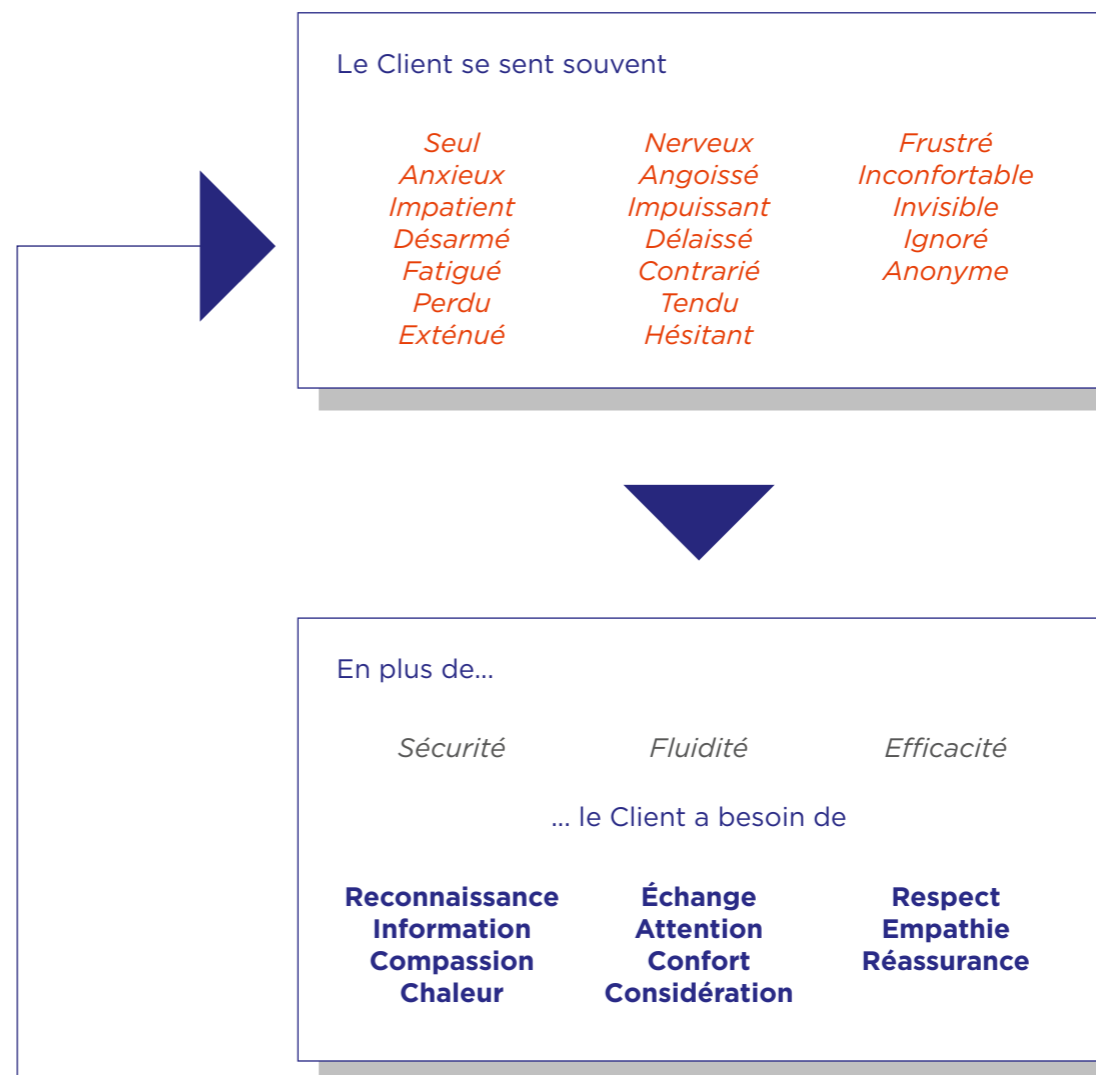
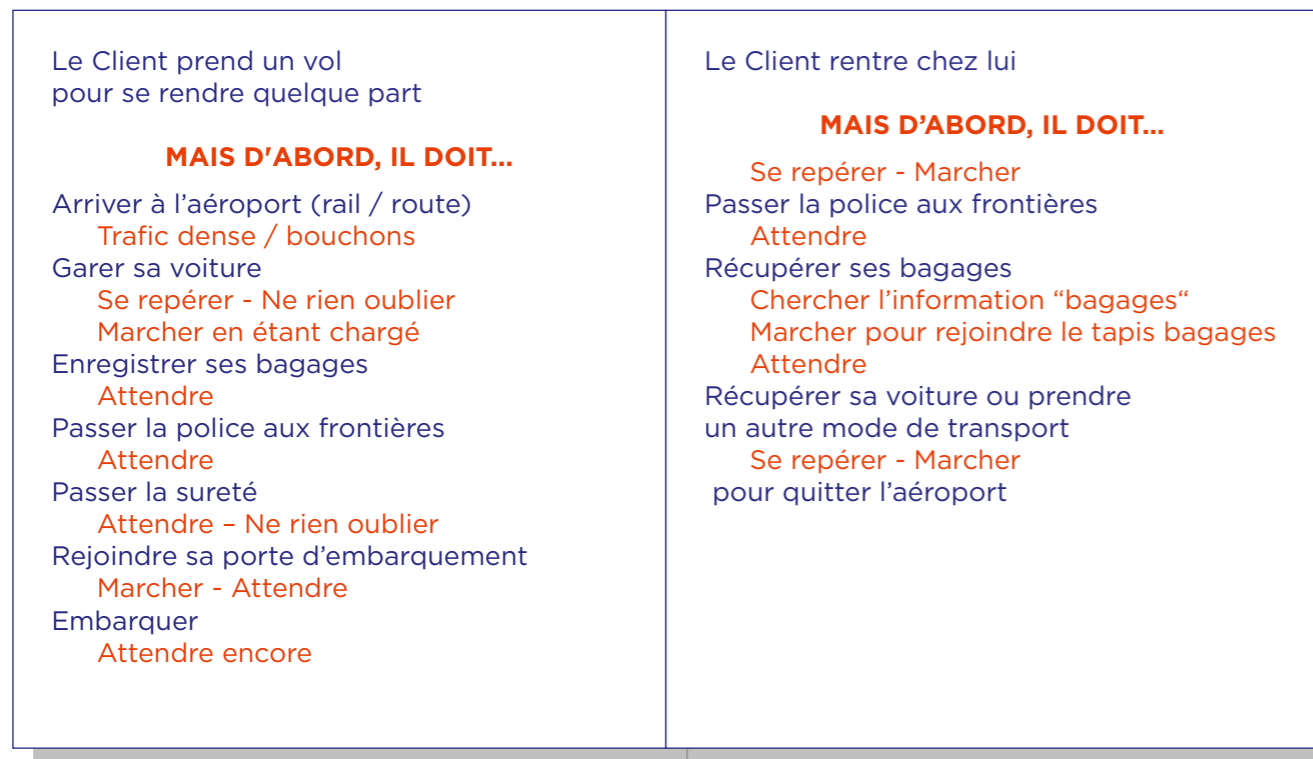
Pourtant, toutes ces personnes qui patientent dans les files d'attente, qui attendent aux arrivées, qui essaient de se repérer, qui marchent dans les couloirs sont tous nos Clients et **notre raison d'être.**

Montrons à nos Clients qu'ils comptent pour nous, que nous les comprenons. Soyons empathiques avec eux. Faisons l'effort de nous mettre à leur place. Et si c'était nous, quelle serait notre attente ?

Nous avons **TOUS** la capacité de leur donner envie de nous aimer.

Pour mieux comprendre l'état d'esprit dans lequel chaque Client que l'on rencontre se trouve, ayons le réflexe de l'appréhender dans la globalité de son voyage et de son parcours à Paris Aéroport et pas uniquement à l'instant précis de notre interaction avec lui.

Visualisons toutes les étapes par lesquelles il est passé ou qu'il lui reste à parcourir :



Les personnels vont spontanément au contact du Client :

- ◆ Debouts et prêts à renseigner les Clients, **ils cherchent du regard les Clients** qui peuvent sembler hésiter et **viennent spontanément leur proposer leur aide**.
- ◆ Équipés d'une tablette, ils peuvent renseigner le Client en direct.
- ◆ Et selon les cas, une personne se positionne à proximité d'une zone d'information (bornes libre service vols, services, parkings, transports à l'arrivée...), repère les Clients qui pourraient avoir besoin d'aide et offre ses services spontanément, avant que le Client ne le demande.

Ces quelques actes concrets peuvent illustrer cette signature sans pour autant être exhaustifs.

✓ Et lorsque les files d'attente s'allongent :

- ◆ En collaboration avec les hôtesses des partenaires, une **personne priorise les vols** et en explique les raisons aux autres passagers.
- ◆ Pour alléger l'attente, aux contrôles ou pendant l'attente des bagages, un agent remonte la file d'attente et propose une attention à chaque Client.

✓ Avec les Clients à mobilité réduite ou nos "jeunes" Clients :

- ◆ Pour s'adresser à une personne assise dans un fauteuil roulant ou à un enfant, **se positionner face à la personne et s'accroupir pour se mettre à la hauteur de son regard**.

✓ Dans nos parkings et sur nos accès :

- ◆ En cas de sortie bloquée, **un agent remonte la file de véhicules et informe les conducteurs de la raison de l'attente**. Il peut formuler des excuses au nom de Paris Aéroport, selon la situation.
- ◆ Lorsque la sortie de la dépose-minute est encombrée, allongeant le temps de dépose, **le personnel qui a la possibilité d'offrir le dépassement du stationnement** indique au Client qu'il s'agit d'un geste commercial :

"Bonjour Monsieur, je vois que vous avez attendu, nous vous offrons le dépassement de votre stationnement",
 "Good morning Sir, I see that you were delayed. We can give you a complimentary parking extension".

Faire vivre Attitude Clients dans chaque détail :

- Les véhicules d'assistance sont clairement identifiés "Paris Aéroport - PARIS VOUS AIME" et **mettent en avant la disponibilité du personnel** par un affichage évocateur sur la carrosserie :

"Besoin d'aide ?" / "Faites-moi signe !"

"Je suis là pour vous" / "Je suis à votre service"

"Do you need help?" / "Let me know!"

"I am here if you need me" / "I am at your service"

- Faire connaître les services pratiques offerts aux Clients en les matérialisant clairement : recharge de batterie, gonflage des pneus, recherche de véhicule perdu, etc.

✓ En station taxis :

- ◆ L'agent remet l'information tarifaire au Client.

3



**AU DÉPART,
CRÉER LE LIEN POUR DONNER
ENVIE DE REVENIR**

Le Client au départ, certes, vient prendre un avion. Mais avant tout, que le voyage soit à titre privé ou professionnel, le Client est une PERSONNE qui a laissé sa famille à la maison, des attaches, qui part en vacances ou qui les termine à regret.

Comme des amis chers qui sont tristes de nous quitter, parce qu'ils ont passé un bon moment avec nous ou parce qu'ils savent qu'ils ne reviendront pas avant longtemps, **les Clients doivent sentir notre envie sincère de les recevoir à nouveau** et doivent déjà avoir envie de revenir.

Sur le parcours "départ", avant et après les contrôles, collaborateurs et agents ont **une dernière opportunité de créer le lien avec le Client**. Que ce soit dans les parkings, les halls publics, les boutiques, aux contrôles, dans les restaurants, à l'embarquement, chacun garde en tête que **l'objectif est de donner l'envie de nous aimer**. Chaque rencontre doit être saisie pour prouver à nos Clients que "Paris les aime".

L'échange doit être sincère et venir du cœur et non être fait de façon mécanique, ce qui ferait perdre tout son sens à la relation. **Cet échange doit être adapté et renouvelé à chaque cas, en prenant du plaisir.**

À chaque point de contact du parcours Client :

En remettant une brochure d'information au Client, le ticket de caisse ou de parking, lorsqu'on range la bannette, ou qu'on lui tend la carte d'embarquement ou son passeport (...), en plus de personnaliser le contact en utilisant son nom et/ou sa destination (Cf. Signatures de Service "COMMUNES"), prendre, par exemple, l'initiative de :

♦ Remercier le Client d'être venu à Paris

"Merci d'être venu à Paris M. Jones, je vous souhaite un bon voyage à New York"

"Thank you for coming to Paris, have a good trip to New York Mr Jones"

et/ou

♦ Lui indiquer que nous sommes prêts à l'accueillir à nouveau

"Nous espérons vous revoir bientôt M. Jones"

"Hope to see you soon Mr Jones"

et/ou

♦ Le remercier d'avoir choisi Paris Aéroport

"Je vous remercie d'avoir choisi Paris Aéroport"

"Thank you for choosing Paris Aéroport"

ou toute autre attention à l'initiative du collaborateur...

Ces quelques actes concrets peuvent illustrer cette signature sans pour autant être exhaustifs.

✓ Et lorsque le temps le permet, **montrer de l'intérêt au Client** en :

♦ Lui demandant comment s'est passé son séjour à Paris

"Comment s'est passé votre séjour à Paris ?"

"How was your stay in Paris?"

et/ou

♦ Comment il a trouvé Paris

"Qu'avez-vous pensé de Paris ?"

"What did you think of Paris?"

et/ou

♦ A l'enfant, comment était Disney

"Mais quelle jolie Minnie !
Est-ce que tu t'es bien amusée à Disney ?"

*"You are looking great in Minnie,
how was Disney?"*

...

✓ Au passage Sûreté (PIF) :

En plus de personnaliser le contact par le nom et/ou la destination du Client (Cf. Signatures de Service "COMMUNES") :

♦ **Préparer et installer les bannettes sur le tapis** pour le Client et, lorsque le Client a récupéré ses affaires, **ranger spontanément les bannettes,**

♦ **Inviter le Client à prendre un chariot ou une poussette.**

Toute affiche qui ferait référence à quelque marque d'agressivité de la part des voyageurs ou message similaire est à proscrire.

✓ En transport en commun et particulièrement Le Bus Direct :

Le chauffeur et son assistant bagages sont les premiers contacts avec Paris Aéroport. Au-delà de conduire le bus ou le car et de placer les bagages dans la soute, la première mission est d'accueillir le Client, le rassurer et contribuer, aussi, à "donner envie de nous aimer" et se traduit par :

♦ A l'arrêt, le personnel fait un premier accueil à l'extérieur du bus ou du car

Le chauffeur se positionne à l'entrée du bus ou du car pour accueillir les Clients et les saluer. Il veille à établir **le contact visuel,**

et

la personne en charge des bagages salue le Client en le regardant dans les yeux, avant de regarder la valise et de la prendre en charge.

♦ A bord du bus ou du car, le personnel poursuit avec une annonce d'accueil

Comme nous le ferions pour un ami, le chauffeur, avant d'allumer le moteur, **prend quelques secondes pour saluer les Clients à bord, les accueillir, les rassurer et les remercier,** par une annonce d'accueil en français, puis, si possible, en anglais. Sinon le message en anglais est pré-enregistré.

Le chauffeur aura assez d'audace pour **se présenter** voire pour personnaliser son message lorsque les circonstances s'y prêtent.

Idéalement, **se positionner debout** en début d'allée, face aux Clients pour faire l'annonce d'accueil avec **le ton de la voix qui exprime de la chaleur.** Le débit, pour être élégant, sera lent.

Message d'accueil à bord du bus ou du car

Au début du trajet - En quittant le dernier arrêt parisien (ex. : porte Maillot) ou en quittant l'aéroport :

♦ Vers l'aéroport : **Saluer, se présenter, souhaiter la bienvenue, annoncer le temps de trajet et remercier le Client**

“Bonjour Mesdames, bonjour Messieurs, je suis (Prénom), je vous souhaite la bienvenue. Nous arriverons à l'aéroport Paris-Orly dans 30 minutes. Je vous remercie d'avoir choisi Le Bus Direct”,

“Good morning ladies and gentlemen, I am (first name). Welcome on board! We will arrive at Paris-Orly Airport in 30 minutes. Thank you for choosing Le Bus Direct.”.

♦ Vers Paris : **Ajouter le mot “Paris”**

“Bonjour Mesdames, Bonjour Messieurs, je suis (prénom), je vous souhaite la bienvenue à Paris. Nous arriverons à Porte Maillot dans 45 minutes. Je vous remercie d'avoir choisi Le Bus Direct”,

“Good morning ladies and gentlemen, I am (first name). Welcome to Paris! We will arrive at Porte Maillot in 45 minutes. Thank you for choosing Le Bus Direct.”.

À la fin du trajet - En arrivant à destination, soit à l'aéroport, soit au premier arrêt parisien :

Informez les Clients qu'ils sont arrivés à destination en précisant le mot Paris et les remercier de leur venue.

♦ En arrivant au premier arrêt parisien :

“Nous arrivons à notre premier arrêt, Porte Maillot. Je vous remercie de votre venue à Paris et je vous souhaite un bon séjour parmi nous.”,

“We are coming to our first stop, Porte Maillot. Thank you for choosing to visit to Paris. I hope you have a very pleasant stay.”.

♦ En arrivant au premier arrêt à l'aéroport :

“Nous arrivons à l'aéroport Paris - Orly Sud. Je vous remercie d'avoir choisi Le Bus Direct, j'espère que nous aurons bientôt le plaisir de vous accueillir à nouveau à Paris. Je vous souhaite un bon voyage.”,

“We are arriving at Paris-Orly South. Thank you for choosing Le Bus Direct. I hope that we will soon have the pleasure of welcoming you to Paris again. Have a pleasant journey.”.

L'équipe du programme Attitude Clients se tient à votre disposition pour répondre à vos questions et écouter vos suggestions

DIRECTION CLIENTS :

laetitia.lecouster@adp.fr / virginie.lorioux@adp.fr

Retrouvez-nous sur le portail Intranet - Clients - rubrique Attitude Clients





GROUPE ADP

groupeadp.fr

1 rue de France
93290 Tremblay-en-France