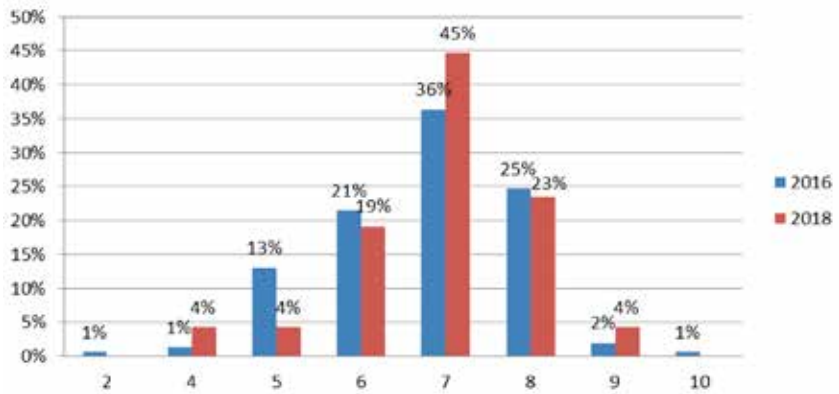
L'hospitalité, facteur de succès indispensable dans les entreprises

Table ronde IFMA The new way of hospitality is more than Welcome!

Le 16 octobre 2018, IFMA et son partenaire Welcome! organisaient une table ronde sur le thème Hospitality' à l'hôtel Dolce à La Hulpe. Fort de plus de dix-sept ans d'expérience en hospitalité et dans l'industrie hôtellerie, Pieter Allaerts, director of sales & marketing de l'hôtel, était le modérateur du jour.

Pendant longtemps, faciliter le travail était la description la plus concise et la plus souvent entendue sur le Facility Management. Mais ces dernières années, on parle de plus en plus d'amélioration du bien-être sur le lieu de travail, ce qui se rapproche de l'hospitalité. Pieter Allaerts a commencé par avancer quelques chiffres éloquents éloquents d'une étude de « School for Butlers & Hospitality » à Oostkamp : 78% des plaintes sur les plateformes en ligne ont trait à la prestation de service ; 66% ne reviennent plus après une expérience négative ; 69% couplent un bon service à une réaction immédiate et adéquate du (des) prestataire(s) de services ; 90% sont influencés par des commentaires en ligne ; 95% partageront une expérience négative avec la famille et les amis ; 87% rapporteront une bonne expérience.

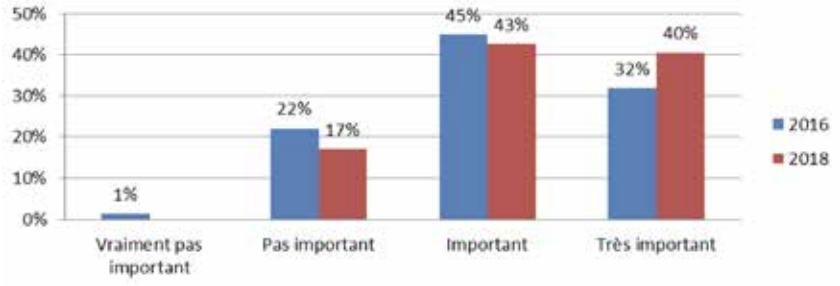


L'évaluation de l'accueil dans les entreprises et les instituts progresse. 68% de répondants donnent un score de 7 ou 8 sur 10. (illustration IFMA).

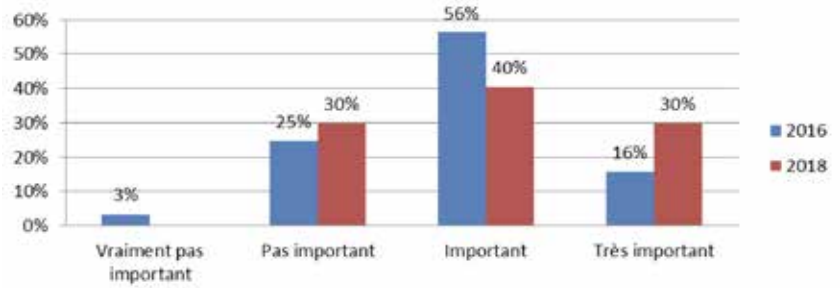
Si le concept d'hospitalité peut nous faire penser au secteur de l'horeca, il n'en est pas moins présent dans chaque entreprise à travers l'impression d'accueil que perçoivent les visiteurs et les collaborateurs. Dans une enquête récente organisée par IFMA sur l'hospitalité, 30% des personnes interrogées indiquent qu'il n'y a pas de culture de l'hospitalité au sein de leur organisation. Une personne sur trois est convaincue qu'une culture de l'hospitalité peut avoir une influence sur l'image de l'entreprise, 24% sont convaincues de l'impact sur les collaborateurs et 18% s'attendent à une rentabilité supérieure pour l'organisation.

L'hospitalité est indissociable du facteur humain

L'hospitalité concerne l'« expérience clientèle », soit l'équilibre entre l'expérience digitale et les expériences physiques en tant que visiteur et travailleur. Il s'agit de personnes, de service envers des personnes et de présence là où les services sont proposés. Investir dans les personnes est donc primordial : elles doivent



La plus-value d'un accueil dynamique est plus appréciée dans la dernière enquête qu'il y a deux ans. (illustration IFMA)



Un accueil aimable depuis l'arrivée sur le parking est aujourd'hui jugé beaucoup plus important qu'en 2016. (illustration IFMA)

avoir de l'énergie, être enthousiastes, faire plus que ce que l'on attend d'elles et viser sans cesse l'amélioration. La manière de communiquer est un élément important dans une fonction d'accueil afin d'anticiper le mécontentement et d'éviter la critique. Les services proposés doivent être de qualité et fournis rapidement, parce que le temps est devenu une denrée rare. Malheureusement, les entreprises belges sont moins performantes par rapport à leurs homologues étrangers en matière d'hospitalité.

Programme d'hospitalité

Le Facility Management peut prendre les devants et convaincre la direction d'investir dans un programme d'hospitalité, sans que le facteur coût constitue un frein.
Etre 'bon' ne suffit plus. Ce n'est qu'avec un NPS® (Net Promotor Score) de neuf voire dix sur dix qu'il est question de promotion positive de l'entreprise et d'expérience de l'hospitalité. Les entreprises qui investissent dans un programme d'hospitalité focalisé sur l'amabilité du personnel, l'offre d'un service authentique/honnête, le sens du détail, une signalétique claire, un bon accueil à l'arrivée et au départ, font la différence. Le NPS® moyen pour l'ensemble des secteurs d'activités s'élevait, en 2016, à 44 selon une étude de NPS Benchmarks®[1](customerCauge) avec des scores exceptionnels dans le secteur logistique et du commerce du détail (56) et l'industrie automobile (48). Les technologies (38) et les télécoms (27) se situent en bas du classement.
En tant que Facility Manager, être présent sur le lieu de travail et garder un œil sur les possibilités d'amélioration -style commercial : 'managing by walking around' – permet de générer un contrôle constant de l'hospitalité. Une meilleure solution consiste bien entendu à responsabiliser tout le monde sur la notion d'hospitalité.

Une attention pour chaque détail

Si l'hospitalité est très importante pour le Facility Management contemporain, une hospitalité cohérente s'avère essentielle. Mieux vaut une bonne prestation de service cohérente qu'un service excessif ponctuel, car si les attentes sont trop dépassées, cela menace de devenir automatiquement la norme. Le danger est à ce point menaçant, que même si la prestation de service est meilleure qu'auparavant, l'évaluation sera malgré tout négative.
Il est important d'élaborer un programme d'hospitalité qui comprenne plus que l'accueil. N'oubliez pas l'instant du départ parce que c'est le dernier souvenir que retiendra le visiteur de l'entreprise. Pensez au départ et à une sortie réussie du parking. Enfin, la réputation en ligne d'une organisation ne doit pas non plus être négligée.

Par Eduard Coddé

www.ifma.be

Enquête sur l'hospitalité de l'IFMA

IFMA a organisé cette année une enquête sur l'hospitalité et comparé les réponses reçues avec celles de l'édition précédente de 2016. La valeur ajoutée d'un accueil est considérée par 72% des répondants comme très importante. La présence d'une/d'un réceptionniste est estimé comme très important par 51% des visiteurs (+ 8% par rapport à 2016). L'enregistrement virtuel suscite peu de sympathie : 33% se montre réticente, mais 39% des répondants s'attendent à un accueil digital avec une réceptionniste à partir de 2020.
L'enquête complète peut être obtenue sur demande à l'IFMA.