



Référentiel de certification

12 compétences visées – 81 indicateurs d'évaluation



FRENCH TOUCH
— A T T I T U D E —

RSXXXX - Établir une relation client
d'excellence dans le secteur du luxe



Intitulé de la certification : « Établir une relation client d'excellence dans le secteur du luxe »

Objectifs et contexte de la certification

La finalité de la certification "Établir une relation client d'excellence dans le secteur du luxe" est d'attester de la maîtrise de compétences indispensables pour sublimer la relation client dans des contextes professionnels (hôtellerie, restauration, tourisme, marques prestigieuses, ...) où les standards de qualité sont les plus élevés et où la perfection est la norme. Elle s'inscrit dans un dispositif à vocation de professionnalisation à destination des acteurs intervenant dans le secteur du luxe, qu'il s'agisse de l'hôtellerie et de la restauration de luxe, du tourisme de prestige, ou des services et marques haut de gamme.

La certification s'adresse à tout professionnel dont le métier le positionne en relation avec les clients de sa structure, comme les réceptionnistes, concierges/majordomes, assistants/assistantes de direction, directeurs/directrices d'établissement ou de restaurant, responsables relation client, assistants/assistantes commercial(e), technico-commerciaux/technico-commerciales.

Elle atteste que les titulaires ont acquis des compétences complémentaires à leurs compétences « socles » métier, afin de gérer la relation client d'un public particulièrement exigeant, qui est l'essence même de secteur du luxe.

Les titulaires de cette certification sont capables de créer et de maintenir une expérience client exceptionnelle, en intégrant les spécificités culturelles et les enjeux d'une communication d'excellence optimisée par les nouvelles technologies, tout en répondant aux attentes d'une clientèle nationale et internationale de plus en plus exigeante.

Enfin, cette certification répond aux défis actuels de recrutement dans le secteur du luxe, à la demande croissante de compétences relationnelles adaptées aux exigences de ce milieu, et à la diversité des métiers liés à la relation client. Dans le cadre du champ professionnel, elle s'inscrit en complémentarité avec les diplômes existants, en apportant une réponse ciblée aux besoins opérationnels des secteurs du luxe, de l'hospitalité et des services haut de gamme. Elle contribue également à dynamiser les recrutements en permettant l'acquisition de compétences complémentaires, favorisant ainsi l'amélioration de l'employabilité (embauches, missions en sous-traitance) et les perspectives d'évolution de carrière au sein de ces environnements professionnels prestigieux.

Candidats en situation de handicap : tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur, en amont de sa formation afin d'aménager les modalités d'évaluation. Les supports nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent handicap et dans le respect du référentiel et de l'égalité entre les candidats, les modalités d'évaluation pourront être adaptées.

Jury : le jury est composé de professionnels du secteur du luxe (hospitalité, restauration, marques, tourisme, ...). Il évalue l'ensemble des candidats au travers d'une grille contenant l'ensemble des critères d'évaluation. L'évaluation, au regard de chaque indicateur, et pour chaque compétence, donne au final la mesure objective et impartiale de la maîtrise de celle-ci.

Egalité Femmes - Hommes : dans ce référentiel, « candidat », « référent », « client » et « interlocuteur » désignent tout autant des hommes que des femmes.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C1 / Personnaliser l'accueil d'un client pour garantir l'excellence relationnelle, en collectant et synthétisant des informations utiles, afin d'anticiper ses attentes et orchestrer une expérience d'exception, dans le cadre de la préparation de l'arrivée du client	Étude de cas N°1 (EC1) Sur la base d'un cas (établissement réel ou fictif), et à partir d'un ensemble de documents et de consignes situationnelles mis à sa disposition, le candidat doit : - exposer et argumenter les éléments clés de l'étape préparatoire à l'arrivée d'un client dans l'établissement - Exposer les éléments utiles à collecter pour permettre un accueil personnalisé, les sources qui permettent de réunir ces éléments, et les moyens qui permettent de les archiver dans le respect de la législation - Expliciter les choix retenus en interaction avec la ligne managériale - Présenter le parcours client privilégié dans l'établissement - Exposer les comportements d'excellence à chaque étape de ce parcours client - Identifier les points de vigilance, et les actions à conduire ou à privilégier en la matière A l'issue d'un temps de préparation, le candidat expose sa production devant un jury de professionnels, et répond à ses questions.	L'accueil est préparé avec rigueur et attention, assurant une personnalisation qui anticipe les attentes du client tout en reflétant les standards du luxe : - Le candidat restitue les 7 mots clés clients relatifs un achat de produit ou de service « luxe » - Il traduit ces mots clés en savoir-faire et savoir-être à mettre en œuvre - Il a intégré les attentes des clients liées à la promesse de service de l'établissement - Il sélectionne les bonnes sources d'informations pour personnaliser sa prestation d'accueil - Il choisit et met à profit les informations et éléments clés qui lui permettent de personnaliser sa relation client - Il explicite clairement comment Il enregistre et utilise les informations du « cardex » ou autre support interne
C2 / Développer une vision globale du « parcours client » au sein d'un établissement relevant du secteur du luxe, en intégrant les problématiques liées au champ du handicap, et en s'appuyant sur des outils d'analyse ou des retours d'expérience, de manière à mettre en œuvre la promesse de qualité de service et d'accueil de l'établissement en toutes circonstances		Le parcours client est analysé avec précision, permettant d'identifier les comportements clés à adopter à chaque étape pour offrir une expérience fluide et alignée aux standards du luxe : - Le candidat cartographie précisément le parcours du client dans l'établissement, et intègre les éventuels parcours alternatifs - Il identifie, à chaque étape, les comportements d'excellence professionnelle à mettre en œuvre - Il explicite clairement quelle est sa valeur ajoutée en termes de service, à chaque étape de ce parcours - Il restitue les différentes situations de handicap, et cite les éléments facilitateurs les plus courants - Il anticipe les attentes et les besoins spécifiques de sa clientèle - Il expose les ressources matérielles et humaines pour satisfaire ces besoins et attentes - Il a intégré l'exigence liée à l'importance du détail

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C3 / Accueillir et prendre en charge la clientèle en incarnant les principes et codes du savoir-vivre professionnel, tout en appliquant les standards de l'accueil physique propres au luxe, afin d'inscrire le séjour du client dans une perspective d'excellence émotionnelle et sensorielle	Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS1) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes contextuelles et situationnelles communiqués par le jury), le candidat doit déployer une démarche d'accueil auprès d'un client, et mettre en œuvre les éléments d'une gestion de la relation client d'excellence dans cet établissement relevant du secteur du luxe	Le candidat a intégré les techniques d'accueil d'excellence liées au secteur du luxe : - Il met en œuvre sa démarche d'accueil de manière agréable et élégante - Il choisit des mots forts qui traduisent la notion de luxe, de qualité, qui sont en congruence avec les attentes implicites de cette typologie de clientèle - Il adapte son langage et sa posture aux besoins spécifiques de son client - Il fait montre de politesse, il regarde son client - Il personnalise la relation client, pour la rendre chaleureuse et donner une première impression d'excellence et faire en sorte que le client se sente reconnu, unique et privilégié - Il remercie le client en fin d'interaction
C4 / Recueillir les besoins du client au téléphone en adoptant un comportement verbal et para-verbal irréprochables, afin de répondre à ses besoins de manière efficace et de donner une première image d'excellence d'une structure relevant du secteur du luxe	Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS2) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes contextuelles et situationnelles communiqués par le jury), le candidat doit déployer une démarche d'accueil au téléphone auprès d'un client, et mettre en œuvre les éléments d'une interaction téléphonique d'excellence.	L'interaction téléphonique reflète une écoute active et un comportement verbal et para-verbal exemplaires, permettant de recueillir et de reformuler précisément les besoins du client tout en véhiculant l'image d'excellence de l'établissement : - Le candidat met en œuvre sa démarche d'interaction téléphonique de manière courtoise et rassurante, en choisissant une intonation de voix maîtrisée, sans être agressive - Il donne des informations claires, formulées positivement - Il adopte un débit de parole fluide, posé - Il arbore un sourire qui « s'entend » - Il s'adapte aux éléments de communication de son interlocuteur - Il pose les questions ouvertes qui lui permettent de recueillir de manière efficace les besoins du client - Il valorise son interlocuteur - Il traite la demande du client avec patience, obtenant sa satisfaction - Il remercie le client en fin de communication.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C5 / Adapter ses éléments de communication verbale et non verbale à la culture de son client, afin de garantir une interaction harmonieuse et empreinte d'excellence avec des personnes de cultures différentes, en mobilisant ses connaissances en interculturalité	Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS3) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes contextuelles et situationnelles communiqués par le jury), le candidat doit déployer une démarche d'accueil d'un client de culture différente. Le choix du pays / culture du client est à l'appréciation des membres du jury.	La communication, verbale et non verbale, est adaptée avec justesse aux codes culturels du client, assurant des interactions harmonieuses et respectueuses dans un contexte multiculturel : - Le candidat met en œuvre sa démarche d'accueil en respectant les règles de politesse adaptées à la culture de son client - Il utilise un vocabulaire et des expressions appropriés - Il ne transgresse pas les « tabous » comportementaux liés à la culture de son interlocuteur - Il propose des services ou des produits qui sont appréciés de son interlocuteur - Il fait preuve de patience, d'empathie - Il garde son approche tout en discrétion, propre au luxe, même si le client adopte d'autres modes de communication plus extravertis ou introvertis
C6 / Présenter l'offre de produits et de services de son établissement à un client, afin de déclencher un processus d'achat d'impulsion ou remémoré, par la découverte des besoins implicites, explicites et spécifiques du client, dans une dynamique d'optimisation du profit de l'établissement	Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS4) Lors de cette mise en situation (scénario et consignes contextuelles et situationnelles communiqués par le jury), le candidat doit déployer une démarche de vente d'un produit ou d'un service d'un établissement relevant du secteur du luxe, auprès d'un client fictif de son établissement. La méthode attendue qui devra être déployée est celle des « 4C » (« Connaitre » - « Comprendre » - « Convaincre » - « Conclure »)	L'offre de produits et services est présentée de manière claire et persuasive, adaptée aux besoins du client, et alignée sur une stratégie visant à optimiser l'expérience client et le profit de l'établissement : - Le candidat a intégré les caractéristiques de l'intégralité de l'offre (services, produits, prestations) de son établissement - Il restitue la complétude des avantages et bénéfices clients liés à cette offre - Il privilégie des questions ouvertes en début d'entretien, s'inscrivant ainsi dans l'étape du « connaître » - Il formule ses propos en choisissant systématiquement des tournures positives - Sa gestuelle traduit une volonté d'écoute active - La communication non-verbale est avenante et élégante - Le candidat n'a pas d'a priori relativement à son interlocuteur et quant à la présentation de son offre

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C7/ Pratiquer une écoute empathique des propos exprimés par le client lors de l'étape d'argumentation, de manière à le convaincre, en s'appuyant sur ses attentes et ses besoins et en mobilisant les techniques rhétoriques adaptées aux exigences du secteur du luxe		L'écoute des propos du client est empathique et attentive, permettant de formuler une argumentation convaincante et adaptée, tout en respectant les attentes et les exigences du secteur du luxe : - Le candidat n'interrompt pas le client qui peut ainsi librement s'exprimer - Il s'inscrit dans une démarche d'écoute empathique, qui se traduit dans sa gestuelle et sa posture - Il met en œuvre des techniques de reformulation, s'inscrivant ainsi dans l'étape du « Comprendre » puis dans l'étape du « Convaincre » - Les produits et/ou services sont présentés en mettant en avant les avantages et les bénéfices qu'ils représentent pour le client - Le ton de voix et le débit de parole sont adaptés - La communication non-verbale est avenante et élégante - Le candidat évite soigneusement de tomber dans le piège des interprétations
C8/ Répondre avec discernement aux objections, qu'elles soient fondées ou non, exprimées par le client lors de la finalisation de l'acte de vente, en mobilisant des éléments de langage raffinés et adaptés aux standards du secteur du luxe, afin de conclure avec succès		Les objections du client sont gérées avec discernement et élégance, permettant de maintenir une interaction constructive et de conclure la vente conformément aux exigences du luxe : - Le candidat identifie la nature de l'objection - Il fait preuve de patience, et s'adapte au niveau de compréhension du client - Il traite les objections de son client de manière objective, en fonction de leur nature, sans se départir de son self-control - Il fait preuve d'humilité dans ses propos - Le client est conforté dans son choix - Le client est remercié, même s'il n'a pas acheté le service ou la prestation

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C9 / Détecter les signes précurseurs d'une situation conflictuelle en mettant en œuvre avec bienveillance les principes de médiation et d'assertivité, afin de désamorcer les tensions et préserver l'harmonie et la qualité relationnelle attendues dans le secteur du luxe	Mise en situation professionnelle orale reconstituée (MS5) Lors de cette mise en situation en deux temps (scénario et consignes contextuelles et situationnelles communiqués par le jury), le candidat doit : - dans un premier temps, déployer une démarche de gestion d'une situation conflictuelle (C9) avec un client fictif. - Dans un second temps, une fois cette interaction achevée, proposer un plan d'action en interne pour pallier le type de problématique évoquée par le client, s'inscrivant ainsi dans une démarche d'amélioration continue (C10)	Les tensions potentielles sont identifiées et gérées avec bienveillance, permettant de désamorcer les conflits tout en préservant une harmonie relationnelle conforme aux standards du luxe : - Le candidat écoute la réclamation avec empathie et sérénité - Il n'interrompt pas le client qui peut ainsi librement s'exprimer jusqu'à ce qu'il le décide - Il s'inscrit dans une démarche de bienveillance, qui se traduit dans sa gestuelle et sa posture - La réclamation est « creusée », mais l'investigation qui est conduite n'alimente pas l'insatisfaction du client - Le candidat fait preuve d'assertivité quand il le faut, avec toute l'élégance et la courtoisie propre au secteur du luxe - Une solution directe, ou alternative est trouvée - Le candidat formule des excuses en son nom, et au nom de son établissement
C10 / Être force de proposition en interne pour faire progresser le niveau de qualité, en relayant avec précision les motifs d'insatisfaction collectés à travers des outils de feedback client et des échanges réguliers avec les équipes concernées, dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue		Les propositions d'amélioration sont pertinentes et basées sur des retours clients précis, contribuant activement à l'élévation continue de la qualité au sein de l'établissement : - Le candidat identifie et reformule avec objectivité les éléments clés exprimés par les clients, pour les relayer auprès de sa hiérarchie ou en interne - Il argumente ses propos, et propose un plan d'actions (contenus, planning) approprié - Il sélectionne les outils et méthodologies adaptés à son plan d'actions - Il explicite clairement leur mise en œuvre

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalité(s)	Critères
C11 / Mettre en œuvre une communication digitale d'excellence avec la clientèle, en mobilisant des outils d'IA générative pour optimiser la rédaction et adapter le ton et le champ lexical à chaque client, afin de concevoir des courriels personnalisés respectant les canons du savoir-vivre professionnel et les codes du luxe, et ainsi renforcer leur fidélité	Étude de cas N°2 (EC2) Une étude de cas (cas pratique) est proposée au candidat, sur la base de l'étude d'un cas (réel ou fictif). À partir d'un ensemble de documents mis à disposition, et de consignes contextualisant la situation, le candidat doit rédiger un courriel qui sera adressé à un client venant de prendre congé de l'établissement.	La communication digitale est personnalisée et conforme aux standards du luxe, grâce à une utilisation pertinente des outils d'IA générative : - Le candidat s'appuie sur l'IA avec discernement pour ajuster ses écrits, en veillant à respecter la netiquette et les codes spécifiques au luxe - Le courriel est bien structuré et facile à lire grâce à un découpage clair - La mise en forme est soignée (espacements, paragraphes aérés) pour favoriser la lisibilité - Les règles orthographiques, grammaticales et syntaxiques sont respectées - Le vocabulaire employé est riche, adapté au contexte du luxe, et évite les répétitions inutiles - La formulation générale est élégante - Les formules d'appel et de politesse, au début et à la fin du courriel, sont courtoises et en accord avec les standards du savoir-vivre professionnel - Le courriel traite d'un seul sujet, évitant de surcharger le message pour en maximiser la portée et l'impact - Le contenu inclut des éléments personnalisés, démontrant que le client est valorisé et compris
C12 / Répondre aux observations négatives ou neutres déposées par la clientèle sur les réseaux sociaux, en mobilisant ses connaissances en savoir-vivre professionnel à l'écrit et en s'appuyant sur des suggestions d'IA générative pour élaborer des réponses personnalisées, élégantes et adaptées à chaque situation, afin de préserver et renforcer la e-réputation de l'établissement	Étude de cas N°3 (EC3) Une étude de cas (cas pratique) est proposée au candidat, sur la base de l'étude d'un cas (réel ou fictif). À partir d'un ensemble de documents mis à disposition (verbatim d'observations déposées par des clients, neutres et négatifs), le candidat doit établir deux réponses qui seraient destinées à être publiées sur le même réseau social.	Les réponses aux avis clients sont élégantes et personnalisées, renforçant la e-réputation de l'établissement tout en respectant les codes du savoir-vivre professionnel : - Le candidat accueille l'observation avec courtoisie, bienveillance, et professionnalisme - Les règles orthographiques, grammaticales, et syntaxiques sont respectées, le vocabulaire employé est raffiné et en adéquation avec les codes du luxe - La réclamation du client est reformulée de manière claire et précise, sans déformation ou mauvaise interprétation, démontrant une relecture active et une compréhension des griefs du client - Le candidat fournit des éléments factuels et objectifs pour recadrer la situation tout en restant respectueux des sentiments exprimés par le client - Une solution appropriée est proposée pour redonner une dynamique positive à la situation, notamment lorsque l'observation déposée par le client est négative - Le candidat s'appuie sur des suggestions d'IA générative pour enrichir ses réponses, en ajustant le ton et les formulations pour qu'elles soient personnalisées, élégantes, et adaptées à la situation