

Référentiel de Compétition

MÉTIER N°56

RECEPTIONNISTE

D'HOTELLERIE

Soumis par :

Muriel MAJOREL, experte internationale

Date : 29/02/2024

TABLE DES MATIERES

1.	NOM ET DESCRIPTION DU MÉTIER	4
2.	CONNAISSANCES ET PORTÉE DU TRAVAIL.....	5
3.	LE SUJET D'ÉPREUVE.....	13
4.	NOTATION	15
5.	EXIGENCES DE SÉCURITÉ LIÉES AU MÉTIER	18
6.	ÉQUIPEMENTS ET MATERIAUX	19

1. NOM ET DESCRIPTION DU MÉTIER

LE NOM DU MÉTIER EST RECEPTIONNISTE D'HOTELLERIE

DESCRIPTION DU MÉTIER :

La mondialisation, les changements sociaux et démographiques ainsi que l'évolution des transports sont des facteurs décisifs pour la croissance rapide de l'industrie, du tourisme, et des voyages d'affaires. Les voyages et le tourisme jouent donc un rôle important dans la croissance sociale et économique du monde entier. L'industrie doit prendre en considération l'importance des politiques de développement et tourisme durable.

Les hôtels de toutes les catégories, les types et les tailles sont des éléments essentiels de ce secteur, offrant des services d'hébergement et des services associés aux clients du monde entier. Ils peuvent faire partie de chaînes hôtelières internationales qui commercialisent leurs services de manière cohérente et familière pour les clients assidus ou habitués. Ils peuvent également promouvoir des caractéristiques distinctes en fonction de leurs localisations, de leurs histoires, de leurs architectures et de leurs clientèles cibles. Qualité et prix vont généralement de pair. Pour la réservation d'un hébergement, un système international d'évaluation par étoiles peut fournir une indication raisonnable de ce à quoi on peut s'attendre dans la fourchette de prix associée à une localité.

Le rôle du réceptionniste d'hôtellerie est la clé de chaque établissement hôtelier. À la réception de l'hôtel, les clients reçoivent leurs premières impressions de l'hôtel et donc de leurs expériences. C'est à cet instant que la communication principale avec le personnel de l'hôtel est établie. La qualité, la courtoisie et la rapidité du service peuvent faire une grande différence, positive ou négative, dans la relation des clients avec l'hôtel et leur satisfaction pendant leur séjour. Le ressenti des clients affecte à son tour la réputation de l'hôtel et la pérennité du business.

Le réceptionniste est de plus en plus flexible et polyvalent et son rôle ne se limite plus qu'au front office uniquement. Les réceptionnistes d'hôtel doivent être agiles, adaptables, multitâches et doivent utiliser un large éventail de compétences techniques et générales en permanence. Celles-ci peuvent comprendre : la connaissance des informations touristiques locales et générales, un bon anglais oral et écrit, des connaissances en informatique, une bonne conduite, un excellent comportement, une excellente communication et des aptitudes sociales, une aptitude à la résolution de problèmes, la maîtrise des chiffres, ainsi que l'application de procédures de réservation, réception, services clients et gestions des revenus.

Si le réceptionniste de l'hôtel possède ces compétences et les utilise bien, les possibilités de promotion et de mobilité sont grandes. Il s'agit d'une occupation véritablement internationale et mondiale dans le secteur ouvert et fluide du secteur des services.

DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES AU REFERENTIEL DE COMPETITION

Le Référentiel de Compétition Métier ne contient que des informations relatives au métier. Il doit donc être utilisé en association avec le règlement de la Compétition Nationale des Métiers et ne peut contredire ce Règlement. En cas de contradiction qui resterait dans le présent document, c'est le Règlement de la Compétition qui prime.

2. CONNAISSANCES ET PORTÉE DU TRAVAIL

La compétition est une démonstration et une évaluation de tout ou partie des compétences associées avec le métier en question. Le sujet d'épreuve est uniquement composé de travaux pratiques.

COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES

SECTION		RELATIVE IMPORTANCE (%)
1	Organisation du travail en autonomie	15
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les services, les équipements et les prestations offerts par l'hôtel et leurs tarifs - Les exigences légales de l'hôtel en matière d'arrivées, de départs, de santé et de sécurité, de discrimination, de propriété du client, de comportement du client, de service d'alcool, de vente de biens et services, de protection des données - Les règles en cas d'évacuation de l'hôtel et le fait d'être le premier point de contact pour les services d'urgence - Les équipements disponibles pour les personnes en situation de handicap - La structure, le rôle et les exigences des opérations de réception en lien avec le secteur de l'hôtellerie - La structure hiérarchique, structure des équipes, missions et types de personnel - La gestion de la relation client avant, pendant et après le séjour - Les segments de clientèle susceptibles d'accueillir à l'hôtel - Les procédures spécifiques et les exigences légales mises en évidence dans la brochure de l'hôtel de la compétition 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gérer efficacement les situations inattendues liées aux clients (à l'exclusion des décès, incendies, alertes à la bombe et vols à main armée) • Maintenir la santé et la sécurité des clients, des collègues et des visiteurs • Comprendre son rôle dans l'hôtel et ses objectifs • Passer les consignes à l'équipe suivante en veillant à ce que toutes les informations soient transmises • Hiérarchiser le travail efficacement • Faire preuve de créativité pour améliorer l'efficacité et la qualité du service • S'assurer que la réception est bien présentée en termes d'apparence, signalisation, propreté • Appliquer les règles et les directives relatives à la sécurité des clients • Préserver la vie privée des clients • Appliquer toute la législation relative à la vente de services et des biens au sein de l'hôtel de la compétition • Appliquer les procédures d'audit interne (housekeeping, comptabilité, etc.) • Adopter des habitudes de travail durables et contribuer aux objectifs de la politique environnementale de l'organisation 	

2	Aptitudes à la communication, au service à la clientèle et aux relations interpersonnelles	36
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre en anglais :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'importance d'une communication efficace avec les clients - Les procédures pour communiquer avec les clients de l'hôtel - Les obstacles à une communication efficace et comment les surmonter - La politique de l'hôtel concernant l'uniforme et l'apparence personnelle - L'importance de la présentation personnelle - L'importance de la réception de l'hôtel pour créer une première impression positive - L'utilisation de titres et de protocoles appropriés - Les liens entre la réception de l'hôtel et les autres départements - Le rôle de la réception en tant que service central de la communication entre les départements - Les relations interculturelles avec les différences de cultures, de religions, de genres, d'ethnies - L'importance des relations publiques - Le rôle et l'importance des nouvelles technologies dans la communication - L'importance de la communication verbale et non verbale 	
	<p>Le compétiteur doit être capable (en anglais) de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueillir, assister et communiquer avec tous les clients en fonction du profil de client et / ou de la situation, y compris ceux en situation de handicap et / ou avec des difficultés de communication • Fournir des informations précises et complètes sur les services et les installations de l'hôtel • Entretenir de bonnes relations professionnelles et communiquer avec ses collègues et ses fournisseurs • Recevoir et transmettre des informations à des collègues et des fournisseurs • Communiquer efficacement et rapidement avec les autres départements de l'hôtel • Engager une conversation appropriée et professionnelle avec les clients • Recevoir et transmettre des informations pour les / aux clients • Passer et recevoir des appels téléphoniques et des courriels • Assister les clients pendant leur séjour et assurer leur satisfaction • Maintenir une excellente présentation personnelle, en respectant les règles de l'établissement relatives à l'uniforme et à l'apparence personnelle • Maîtriser les règles de la communication non verbale telle que le langage corporel, la gestuelle et les utiliser de manière appropriée • Appliquer efficacement les techniques d'écoute active • Mener une conversation appropriée et professionnelle • Faire preuve de confiance en soi dans le dialogue • Faire preuve de tact et de diplomatie • Répondre aux demandes spécifiques • Résoudre efficacement les conflits • S'adapter à différents milieux culturels (cultures, religions, genres, ethnies, handicaps...) 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser efficacement les nouvelles technologies pour communiquer avec les clients et collègues • Appliquer la créativité et l'innovation pour améliorer la qualité de la relation client • Démontrer des capacités de résolution de problèmes • Intégrer des pratiques durables dans la communication avec les clients 	
3	Procédures de réservation et de revenue management	3
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les procédures d'attribution des chambres, y compris les solutions logicielles - La place des centrales de réservation dans une chaîne hôtelière - Les logiciels utilisés pour gérer les réservations d'hôtel et les disponibilités - Les structures tarifaires - Le statut des réservations provisoires, confirmées et garanties - Les politiques concernant les ARRHES et les acomptes ainsi que la procédure de prise d'arrhes ou d'acomptes au moment de la réservation - Les délais de rétrocession - La politique de l'hôtel en termes d'heure d'arrivée et de départ - La durée nécessaire pour nettoyer une chambre - La politique de l'hôtel en matière de surréservations (overbooking) de l'hôtel et / ou de catégorie - Tous les documents utilisés dans l'hôtel pour les réservations - La politique de l'hôtel en matière de yield management et d'optimisation des ventes - La gestion des commissions (partenaires) - Le rôle de la distribution (agents de voyage, OTA (online travel agency), TO (tour operator), etc.) - Les conditions générales de vente 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre les réservations individuelles ou groupe par téléphone, par e-mail, sur des plateformes de réservation ou par courrier • Prendre et saisir des réservations via des agences ou TO agréés, OTA, etc. • Traiter les « walk-in » en fonction de la disponibilité des chambres, en convenant des tarifs et des paiements conformément à la politique de l'hôtel • Demander et prendre des arrhes ou des acomptes conformément à la politique de l'hôtel • Attribuer les chambres conformément à la politique et aux procédures de l'hôtel • Enregistrer les demandes de services ou prestations supplémentaires pour en assurer la bonne réalisation et la facturation appropriée • Utiliser des progiciels (PMS) pour créer et enregistrer les réservations • Appliquer les politiques de revenue management 	

4	Procédures de check-in	3
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les exigences légales concernant les documents et les enregistrements pour les clients nationaux et internationaux des hôtels - Les procédures digitales et manuelles pour l'enregistrement des clients à l'arrivée - Les procédures et protocoles pour la délivrance de clés - Les différents types de clés de chambre, traditionnelles et digitales - La fonction et la procédure de mise à jour du cardex client - La réglementation et politique applicable en matière de confidentialité vis à vis de la clientèle - Les demandes habituelles des clients telles que les réveils, les journaux, le petit-déjeuner, le service d'étage et room service - Les procédures d'enregistrement automatisées et / ou en ligne - Les procédures de prise en charges des bagages, effets personnels et parking des clients - Les procédures d'enregistrement et d'arrivée de groupe - Les politiques de surréservation (overbooking) - La personnalisation de l'accueil client - Le rôle des pratiques durables dans l'accueil d'un client 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectuer l'arrivée des clients selon la politique et les procédures de l'hôtel • Tenir à jour tous les documents et informations nécessaires concernant les clients • Remettre les clés de chambre aux clients • Accompagner les clients en chambre et présenter les installations et/ou donner des indications sur l'emplacement de la chambre et informer le client sur les services de l'hôtel • Promouvoir les services de l'hôtel et les ventes additionnelles • Assurer le paiement et / ou la garantie du paiement pour préparer un départ sans encombre • Surveiller les autorisations de crédit • Prendre en charge les bagages des clients • Organiser les transferts conformément à la politique de l'hôtel • Préparer et gérer efficacement les arrivées de groupes • Gérer efficacement les situations de surbooking et de book-out éventuel (délogement) • Etre force de propositions pour améliorer l'expérience client lors du check-in • Intégrer les pratiques durables lors de l'arrivée du client 	
5	Procédures administratives et de back office	8
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les divers types de systèmes de gestion et d'enregistrement des séjours client, y compris les systèmes manuscrits (grand livre) et informatisés (PMS) - Les types de compte - Facturer au client les prestations consommées tels que frais de restaurant, service en chambre, bar, débours - Les systèmes de contrôle et limite de crédit - Les créances irrécouvrables (débiteur) et la façon dont l'hôtel les gère 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Comment interpréter les données, y compris l'historique des clients, les listes de diffusion, les bases de données, les comptes - Les indicateurs de performances de l'hôtel tel que : occupation des chambres et des lits, prix moyens des chambres, revenu par chambre, chiffres d'affaires liés à l'exploitation, indicateurs avec la concurrence (TO, IF, PMC, RevPAR, CA, GOP, ARI, RGI, MPI, etc.) - Comment utiliser au mieux les données et améliorer les revenus, les promotions, les remises, les prévisions, les tendances, les stratégies - Les procédures administratives en générales, y compris le classement, le traitement de texte, les bases de données, la photocopie et la conservation des archives - Les différents moyens de paiements utilisables par les clients - L'importance des moyens de sécurité liés au traitement des moyens des paiements 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser efficacement les ordinateurs et les logiciels de bureautique courants • Classer les documents et les données manuellement et électroniquement • Gérer et comptabiliser les espèces et les autres moyens de paiements • Gérer les opérations de change de devise • Appliquer les procédures générales de back office et administratives telles que le classement, le traitement de texte, les bases de données, la photocopie et la conservation des archives • Calculer les échanges de devises avec les commissions appropriées, conformément à la politique de l'hôtel • Facturer et débiter les clients correctement • Suivre les limites de crédit en conformité avec la politique de l'hôtel • Créer et rédiger tout document lié à la relation client (confirmation, courrier, communication etc.) • Adopter des pratiques durables lorsque cela est pertinent dans les opérations de back-office 	
6	Promotion des ventes	14
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La variété et l'intérêt des activités promotionnelles proposées par les hôtels et les groupes hôteliers. - Le rôle du réceptionniste dans la promotion et la maximisation des ventes et du profit notamment grâce des approches innovantes - Le rôle du réceptionniste dans la fidélisation des clients - L'impact de la communication digitale, média et hors média - Le rôle et les bénéfices d'un programme de fidélité - Comment promouvoir un hôtel en ligne (site web, OTA, réseaux sociaux et nouvelles technologies, etc.) - Le rôle du yield management et de la distribution en ligne - Les différents partenaires et parties prenantes dans la vente et leurs rôles 	

	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir et vendre les services, prestations et équipements de l'hôtel aux clients lors des réservations, à l'arrivée et pendant leur séjour • Maximiser les ventes, l'occupation des chambres et les ventes additionnelles conformément à la politique de l'hôtel et à la politique de revenue management • Réserver des services supplémentaires tels que des taxis, des fleurs, des billets de théâtre, etc. pour le compte des clients • Créer des affichages promotionnels efficaces dans la zone de réception et en ligne • Appliquer et utiliser efficacement les offres commerciales de l'hôtel ou de groupes hôteliers • Répondre efficacement aux objections du client pour lever les freins à la vente • Promouvoir et vendre le programme de fidélité, reconnaître les membres et s'assurer qu'ils reçoivent les avantages appropriés • Mettre en œuvre des pratiques durables dans la promotion des ventes, telles que minimiser les déchets 	
7	Gestion des conflits	8
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les procédures de gestion des réclamations de l'hôtel - Son périmètre de flexibilité et de conformité aux procédures - Techniques de base pour l'investigation et l'analyse de l'insatisfaction de la clientèle - Les limites de son autonomie - Principes généraux sous-jacents à la gestion des conflits - La politique de gestion de l'e-reputation et l'usage des logiciels dans la gestion - L'impact des pratiques durables sur la satisfaction des clients et plaintes potentielles 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire preuve de prévoyance dans l'anticipation de problèmes et de plaintes potentiels • Mettre le client à l'aise, y compris en le déplaçant dans un endroit approprié si nécessaire • Écouter les plaintes avec attention, en prenant des notes au besoin • Poser des questions de manière objective et sensible • Faire preuve de considération et d'empathie tout en maintenant l'objectivité • Organiser les notes prises en distinguant les faits des points de vue, opinions ou suppositions • Se référer aux procédures de l'hôtel pour identifier les options et les solutions • Appliquer les procédures de l'hôtel en fonction de la situation et être force de solutions innovantes dans la résolution des conflits • Soumettre les questions au supérieur hiérarchique lorsque cela dépasse son périmètre d'autonomie • Vérifier la satisfaction après la reprise du service • Gérer l'e-reputation de l'hôtel • Traiter les plaintes liées à la politique de développement durable de l'établissement et améliorer cette dernière grâce aux avis des clients 	

8	Procédures de check-out	3
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les heures de départ - Procédures de facturation au départ du client - Différents types de moyens de paiement - Procédure de comptabilisation des acomptes lors de la préparation de la facture et de l'encaissement - Comment comptabiliser les remboursements - Les taxes de vente et leur application aux factures d'hôtel. - Documents relatifs au check-out et au départ physique des clients - Procédures de départ express ou en ligne - Procédures et politique de départ tardif (late check-out) - Comment gérer les départs pour les groupes - L'intégration de pratiques durables y compris la réduction de papier - L'impact des nouvelles technologies et des solutions innovantes sur les procédures de départ 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectuer un départ selon la politique et les procédures de l'hôtel • Gérer les départs express et les départs tardifs • Gérer les départs pour les groupes • Effectuer des encaissements • Comptabiliser les acomptes versés à l'hôtel et les éventuels remboursements dus au client • Appliquer les taxes de manière appropriée • Promouvoir et faciliter l'utilisation du départ express ou en ligne • S'adapter aux nouvelles technologies pour rationaliser le processus de départ • Recueillir les commentaires sur les expériences des clients, y compris leur perception de la politique de développement durable de l'hôtel 	
9	Promouvoir la destination – Service de Conciergerie	10
	<p>Le compétiteur a besoin de connaître et comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations culturelles, historiques et touristiques sur la région - Les options de transport en commun en mettant l'accent sur des choix respectueux de l'environnement - La cuisine locale, la gastronomie locale - Les spécificités de la communication et des traditions locales - Savoir comment obtenir rapidement de nouvelles informations en utilisant de nouvelles technologies - Sensibilisation aux initiatives et activités locales qui valorisent un tourisme durable - L'importance de promouvoir les entreprises locales pour soutenir l'économie locale - Les avantages potentiels de la promotion de pratiques durables dans la zone locale 	
	<p>Le compétiteur doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir la destination à travers son histoire, des anecdotes, des retours d'expérience et des conseils y compris des pratiques durables 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Planifier des voyages, réserver des billets et faire des réservations pour le client en proposant des options écologiques lorsque cela est possible • Anticiper les besoins des clients et promouvoir la destination en conséquence • Aider au transport en suggérant des transports publics ou écologiques lorsque cela est approprié • Rechercher, obtenir et mettre à jour les informations • Répondre aux demandes touristiques du client de manière rapide et fluide • Recueillir le feedback des clients sur leurs expériences • Intégrer des stratégies innovantes pour mieux valoriser le territoire • Utiliser des outils et des plateformes numériques • Résoudre les problèmes ou les problèmes que les voyageurs peuvent rencontrer lorsqu'ils explorent la région 	
	Total	100

CONNAISSANCES THÉORIQUES

Les connaissances théoriques sont requises mais ne seront pas testées à proprement parler. Vous trouverez les attendus dans le tableau ci-dessus.

La connaissance des règles et règlements ne sera pas testée.

TRAVAUX PRATIQUES

Les travaux pratiques sont décrits dans le tableau ci-dessus.

3. LE SUJET D'ÉPREUVE

FORMAT / STRUCTURE DU SUJET D'ÉPREUVE

Le compétiteur sera évalué à travers des mises-en-situation, par exemple :

- Plusieurs modules face à des clients à la réception
- Plusieurs modules seul au back-office
- Speed module et assessment center, etc.

Certains modules sont autonome et certains sont connectés.

Par exemple : un client venant faire son arrivée lors d'un module front office, peut revenir pour demander des recommandations sur la destination et enfin discuté lors d'une passation de post dans un module d'assessment center.

Les épreuves seront en français et / ou en anglais.

Les épreuves face aux clients (Front-Office) :

- Le compétiteur doit gérer des situations clients, simultanée ou non, synchrones ou asynchrones, simples ou complexes établis sur le principe d'une rotation fonction du nombre de candidats.
- Le candidat est seul en shift – aucun manager n'est disponible. Il peut uniquement faire référence à un bagagiste si besoin.
- Ci-dessous se trouvent des exemples de sujet de Front Office, qui peuvent éventuellement être combinés entre eux :
 - Arrivée d'un client
 - Départ d'un client
 - Gestion d'une plainte
 - Gestion de situation exceptionnelle
 - Demande d'informations sur l'hôtel
 - Demande d'informations touristiques
 - Etc.

Les épreuves au back-office :

- Le compétiteur est assis à un bureaux avec un PC ou répond sur papier.
- Ci-dessous se trouvent des exemples de sujet de back-office :
 - Écrire une confirmation de réservation
 - Répondre à une plainte client
 - Répondre à un mauvais commentaire en ligne
 - Calculer des indicateurs de performances (RevPar, TO, CA, etc.)
 - Envoyer une proposition commerciale
 - Proposer une communication de l'hôtel sur les réseaux sociaux
 - Etc.

La proportion des modules front et back office sera diffusé dans le planning des modules récapitulatif.

Certaines activités proposées peuvent être chronométrées dans le cadre d'épreuves de rapidité (« speed modules »).

Les épreuves se déroulent selon un planning défini (rotation) avec présence d'un isolement ou non afin d'éviter tout contact avec les candidats entre eux.

DISTRIBUTION/CIRCULATION DU SUJET D'ÉPREUVE

Les sujets sont secrets et ne sont pas communiqués à l'avance.

Les sujets des épreuves de backoffice sont distribués aux candidats lors de l'épreuve.

La fiche signalétique de l'hôtel (**Hotel Information Package**) sera communiquée 6 mois avant la compétition

Le HIP contient les informations suivantes :

- Information sur l'hôtel à proprement parler
- SOP (Procédures opérationnelles pertinentes)
- Règles légales appliquées par l'hôtel
- Règles inhérentes à l'uniforme et au grooming

Le nom du logiciel utilisé (PMS) sera communiqué entre 4 mois et 2 mois avant la compétition.

Attention : une partie du sujet peut être changé le jour même de la compétition.

Contenir des informations sur l'hôtel (également connues sous le nom de fiche d'information sur l'hôtel)

4. NOTATION

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Barème de notation détaillé. Attribution des points par critères.

Le tableau ci-dessous vous permettra de présenter la répartition des points. Le total se fera toujours sur 100.

SECTION	CRITÈRE	
		Total
A	Organisation du travail en autonomie	15
B	Aptitudes à la communication, au service à la clientèle et aux relations interpersonnelles	36
C	Procédures de réservation et de revenue management, de check-in et de check-out	9
D	Procédures administratives et de back office	8
E	Promotion des ventes	14
F	Gestion des conflits	8
G	Promouvoir la destination, service de conciergerie	10
	Total =	100

SPÉCIFICATION D'ÉVALUATION DU MÉTIER

Pour information, le « Jugement » est une notation subjective qui fait appel à l'appréciation des membres du jury (exemple : esthétique, finition ...). Les notes « Objectives » correspondent à des critères mesurables (exemple : dimensions, tâche réalisée ou non ...).

Détails des procédures de notation des différents critères (nombre de jurés impliqués, outils de mesure, etc.)
Détails concernant la notation Objective et Jugement.

Les épreuves proposées aux candidats devront être réalisées en un temps défini et précisé sur les sujets. Tout dépassement de temps sera sanctionné lors de la notation.

Chaque module sera évalué selon des critères très précis. Ces critères peuvent être objectifs (measurement) ou par jugement (judgement). En cas de disparités de notation entre jurys pour les évaluations objectives, les jurys auront à expliquer leur choix.

Plusieurs ateliers se déroulant en parallèle (front office et/ou back office), le Chef Expert peut être amené à séparer les experts en groupe de notation. Dans ce cas, un Supervisor sera nommé par le Chef Expert dans chaque groupe. Toutes les évaluations se feront par groupe de jurys. En aucun cas une épreuve ne pourra être évaluée par une seule personne.

Un jury n'a pas le droit de noter le candidat de sa région. C'est forcément un autre jury désigné par l'expert qui attribuera la note.

Le jugement utilise une échelle de 0 à 3. Pour appliquer l'échelle avec rigueur et cohérence, le jugement doit être exercé en utilisant :

- l'échelle 0-3 pour indiquer :
 - 0 : performances inférieures à la norme de l'industrie
 - 1 : performances conformes aux normes de l'industrie
 - 2 : les performances sont conformes et, à certains égards, dépassent les normes de l'industrie
 - 3 : les performances dépassent totalement les normes de l'industrie et sont jugées excellentes

Trois experts jugeront chaque aspect, normalement simultanément, et enregistreront leurs scores. Un quatrième Expert coordonne et supervise les notations et vérifie leur validité. Ils agissent également en tant que juge lorsque cela est nécessaire pour empêcher le marquage des compatriotes.

Pour les évaluations « jugements », 3 jurys notent le même critère, l'évaluation se faisant de 0 à 3. L'expert se réserve le droit de procéder à un vote par « flash cards », étant donné qu'il ne peut y avoir un écart de plus de 1 point entre les 3 jurys (voir règlement de la compétition).

C'est l'expert qui nomme les jurys pour l'évaluation par module. En cas de tricherie ou de collusions manifestes entre jurys, l'expert président du jury, après en avoir informé Worldskills France, pourra procéder à des sanctions. Les sanctions vont de l'avertissement à l'exclusion définitive de la compétition.

L'évaluation et la notation sont un processus intense qui dépend d'un leadership, d'une gestion et d'un examen minutieux.

Les critères peuvent contenir les aspects suivants :

Section A : Comportement et présentation personnelle

- Attitude
- Posture
- Bien organisé
- Attentif aux détails
- Efficacité
- Compréhension approfondie des différences culturelles
- Capacité à faire preuve de dynamisme

Section B : Communication

- Compétences en communication écrite
- Compétences en communication verbale
- Compétences sociales avec les invités
- Promotion des services

Section C : Compétences en service d'accueil

- Opérations générales téléphoniques
- Enregistrement
- Accompagnement des clients pendant leur séjour
- Informations touristiques
- Attentif aux détails
- Situations extraordinaires et inattendues à l'hôtel
- Vérifier

Section D : Compétences du service de réservation

- Procédures de réservation de chambres
- Procédures d'arrivée/de départ
- Attribution des chambres

Section E : Compétences de caissier et autres opérations administratives

- Échange de devises
- Changement de poste
- Gestion des caisses

- Facturation
- Comprendre l'importance des ventes dans le rôle de réception
- Comprendre le marché principal des hôtels et leurs segments
- Comprendre le rôle de la sécurité dans le rôle d'accueil

Section F : Compétences techniques en matière d'équipement

- Téléphone
- Ordinateur (Microsoft office et système de réservation)
- Photocopieuse
- Calculatrice

L'évaluation du jugement se produit immédiatement après chaque tâche.

Exemple de critères de notation de jugement :

Compétences sociales avec les clients	Notation
• Sourires	1.0
• Écoute le client et est disponible et aidant	2.0
• A une bonne conversation	1.0
• Dépasse les attentes des clients	1,5
• Manifeste sa confiance en soi dans le dialogue	1.5
• A un contact visuel avec le client	1.0
• Utilise les bons gestes	1.0
• Promeut les services hôteliers	1.0

Exemple de critères de notation de mesurement :

Marques d'enregistrement	Notation
• Accueille le client	0.5
• Demande s'il a une réservation	1.0
• Confirme la réservation à la liste d'arrivée	1.0
• Demander sa carte d'identité	1.0
• Procède à l'enregistrement des clients	1.0
• Vérifie si la chambre est prête	1.0
• Si la chambre est prête, délivre la clé de la chambre	1.0
• Informe le client du numéro de chambre et de l'étage	1.0
• Informe le client de la localisation et de l'horaire du petit-déjeuner	0,5
• Informe le client sur les services de l'hôtel	0,5
• Souhaite un bon séjour	1.0
• Offre de l'aide pour quelque chose dont le client pourrait avoir besoin	0,5

Le back-office doit être éloigné du front-office afin que les compétiteurs ne puissent pas s'écouter pendant les mises en situation, garantissant ainsi l'équité de la compétition.

Le back-office sera installé derrière le décor du front-office avec un faux mur entre les deux espaces afin que les concurrents du back-office n'écotent pas leurs collègues.

5. EXIGENCES DE SÉCURITÉ LIÉES AU MÉTIER

Les candidats doivent se présenter dans une tenue vestimentaire conforme aux usages professionnels, adaptée aux standards de l'hôtellerie de luxe et à l'hôtel sur lequel se base la compétition.

Les candidats doivent respecter les règles de sécurité lors de leurs déplacements dans l'espace métier.

6. ÉQUIPEMENTS ET MATÉRIAUX

LISTE D'INFRASTRUCTURES

La liste des infrastructures reprend tous les équipements courants, matériaux et installations mis à disposition des compétiteurs sur les espaces de concours en général.

MATÉRIAUX, ÉQUIPEMENTS ET OUTILS QUE LES COMPÉTITEURS APPORTERONT DANS LEUR CAISSE A OUTILS

Les caisses à outils ne sont pas autorisées sur ce métier.

Le compétiteur ne peut rien amener avec lui sur l'espace métier.

Tout le matériel sera sur l'espace métier. Le compétiteur vient en uniforme : ils doivent se présenter dans une tenue vestimentaire conforme aux usages professionnels, adaptée aux standards de l'hôtellerie de luxe et à l'hôtel sur lequel se base la compétition.

MATÉRIAUX ET ÉQUIPEMENTS INTERDITS SUR L'ESPACE DE COMPÉTITION

Les téléphones portables et autres objets connectés sont confisqués le matin et rendu le soir.

Une liste complémentaire pourra être distribuée lors du Module 1 et/ou apparaître sur le sujet d'épreuve.

Le compétiteur ne peut rien amener avec lui sur l'espace métier.