

L'ACCUEIL DES DIFFÉRENTS PUBLICS

Compétences		
C31 Accueillir, informer et orienter le client <ul style="list-style-type: none"> • Préparer et réaliser un accueil. • Identifier les caractéristiques d'un public. • Écouter, informer et reformuler. • Adapter sa communication aux situations et aux interlocuteurs. • Orienter le public vers le bon service / la bonne solution. 	C32 – Valoriser l'image de l'organisation <ul style="list-style-type: none"> • Contribuer à la valorisation de l'image de l'entreprise et de son territoire. • Identifier les savoir-être attendus. • Analyser et corriger les comportements nuisant à l'image. • Être ambassadeur de son entreprise. • S'intégrer dans une équipe et coopérer. 	C2 – Analyse de situations professionnelles d'accueil <ul style="list-style-type: none"> • Analyser une situation vécue ou simulée d'accueil. • Identifier les points positifs et les axes d'amélioration. • Mobiliser les compétences relationnelles et techniques pour justifier ses choix. • Rendre compte de manière structurée et argumentée

LE CONTEXTE PROFESSIONNEL



Créée en **2015** par deux anciennes hôtesses d'accueil passionnées par leur métier, **Clara Dumont** et **Marie Roussel**, l'agence **BAS Intérim**

(**Bordeaux Accueil & Services** s'est spécialisée dans la mise à disposition de personnel d'accueil pour les entreprises bordelaises : événements, séminaires, hôtels, sièges sociaux et salons professionnels.

Leur objectif est simple : **valoriser le métier d'accueil** en proposant des profils formés, professionnels et souriants.

Très vite, l'agence s'est fait un nom à Bordeaux grâce à la qualité et aux compétences professionnelles de ses employés. L'agence a mis en place dès sa création une démarche innovante : **chaque nouveau collaborateur** (salarié intérimaire, stagiaire, ou jeune diplômé) est invité à suivre un **séminaire d'intégration et de perfectionnement**, organisé dans un cadre convivial de la région (souvent au sein d'un hôtel partenaire dans le vignoble bordelais). Les élèves en stage participent également pour développer leurs compétences et mieux comprendre les attentes du métier.

Vous êtes en PFMP dans cette agence d'intérim et vous participer au séminaire « L'art de l'Accueil Bordelais »



Séminaire : *L'Art de l'Accueil Bordelais*

Le séminaire se déroule **une journée**, il alterne ateliers pratiques, mises en situation et développement personnel. Des ateliers spécifiques sont proposés aux stagiaires de l'entreprise.

Objectifs du séminaire

- Développer les compétences relationnelles et professionnelles liées à l'accueil.
- Mettre en valeur les spécificités culturelles et humaines de Bordeaux comme modèle d'hospitalité.
- Renforcer la cohésion d'équipe et l'entraide entre les participants.
- Sensibiliser au rôle d'ambassadeur de l'entreprise et du territoire.
- Favoriser l'évolution professionnelle par une meilleure maîtrise des savoir-être et savoir-faire de l'accueil.

Ateliers et mises en situation

Accueil du séminaire – “La carte de Bordeaux”

Objectifs de l'atelier

- Créer une ambiance conviviale et briser la glace.
- Ancrer l'accueil dans la culture locale.
- Développer la prise de parole en public et l'argumentation courte.

Atelier 1 – Identifier et accueillir différents publics

Activité : réaliser une synthèse qui identifie et caractérise les différents types de publics et comprendre comment ces caractéristiques influencent la manière d'accueillir, d'informer et d'orienter.

Objectifs de l'atelier

- Travailler en équipe, collaborer, s'entraider
- Identifier et caractériser différents types de publics (âge, origine, motivation, attentes)
- Comprendre comment ces caractéristiques influencent la manière d'accueillir, d'informer et d'orienter
- S'exercer à l'écoute active et à l'adaptation de son discours en fonction du contexte professionnel

Atelier 2 – L’agent d’accueil, ambassadeur de l’entreprise

Activité : Analyse de cas pratiques (bons et mauvais accueils), échanges en groupe, élaboration d’une charte de l’accueil.

Objectifs de l’atelier

- Travailler en coopération et partager ses expériences
- Identifier les savoir-être essentiels pour donner une image positive de l’entreprise
- Repérer les compétences professionnelles attendues dans différents postes d’accueil
- Analyser les comportements et attitudes qui nuisent à l’image de l’organisation
- Comprendre le rôle d’ambassadeur de l’agent d’accueil pour l’entreprise et le territoire bordelais

Atelier 3 – Repérer et choisir son entreprise idéale

Objectifs de l’atelier

- Aider chacun à mieux se connaître et clarifier ses envies professionnelles
- Mettre en lien aspirations personnelles et secteurs d’activités
- Favoriser le travail collaboratif et l’entraide entre pairs
- Donner des pistes concrètes d’orientation et de recherche de stages/emplois

Valeurs de BAS Intérim

- Professionnalisme
- Esprit d’équipe
- Authenticité (mettre en avant la chaleur et l’hospitalité bordelaise)
- Évolution (former pour progresser dans la carrière)



Grille de correspondance compétences professionnelles – Bac Pro Accueil

Atelier & Activité	Compétences C31 Accueillir, informer, orienter	Compétences C32 Valoriser l'image de l'organisation	Compétences C2 Analyse de situations professionnelles
Accueil du séminaire – « La carte de Bordeaux » (Icebreaker + Post-it)	<ul style="list-style-type: none"> - Préparer et réaliser un accueil convivial. - Adapter son discours et justifier son choix. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en avant l'identité culturelle et l'image d'un territoire. - Développer la convivialité et l'esprit d'équipe. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser sa propre prise de parole (points forts/axes d'amélioration).
Atelier 1 L'identification et l'accueil des différents publics (Jigsaw)	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les caractéristiques d'un public. - Adapter son discours et sa posture. - Informer et orienter selon les besoins. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coopérer et s'entraider en groupe. - Valoriser l'image de l'entreprise par une communication adaptée. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les mises en situation (bons réflexes, erreurs, améliorations). - Rédiger une analyse argumentée.
Atelier 2 L'agent d'accueil, ambassadeur de l'entreprise (World Café + charte)	<ul style="list-style-type: none"> - Reformuler et partager des informations de manière claire. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les savoir-être essentiels. - Repérer les comportements nuisant à l'image. - Comprendre le rôle d'ambassadeur. 	<ul style="list-style-type: none"> - Étudier des cas de bons/mauvais accueils. - Argumenter sur les comportements observés. - Élaborer une charte collective.
Atelier 3 Le repérage et le choix de son entreprise idéale (Binômes + Post-it mural)	<ul style="list-style-type: none"> - Exprimer ses besoins et attentes. - Orienter un pair vers des entreprises adaptées. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relier aspirations personnelles et image d'une organisation. - Construire collectivement une carte des entreprises idéales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser la cohérence entre profil, secteur et mobilité. - Rendre compte de son choix d'orientation.
Clôture – Mur des engagements (Post-it)	<ul style="list-style-type: none"> - S'exprimer face au groupe. - Valoriser un savoir-être. 	<ul style="list-style-type: none"> - S'engager personnellement pour l'image de l'entreprise. - Contribuer à la dynamique collective. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier une action d'amélioration personnelle. Analyser son engagement par rapport aux compétences d'accueil.



Accueil du séminaire

« La carte de Bordeaux »

- **Choisir une image** représentant la ville de Bordeaux (vignoble, monument, gastronomie, événement)
- **Expliquer en une minute** pourquoi ce choix illustre pour lui l'accueil bordelais.

Objectif : créer une ambiance conviviale et ancrer l'accueil dans la culture locale.

AIDE : brochure BORDEAUX_CITYGUIDE_2025

Lien : <https://www.calameo.com/bordeaux-tourisme-congres/read/00536575271994957394a>





Dans les métiers de l'accueil, la capacité à reconnaître et comprendre les spécificités des publics rencontrés est essentielle pour offrir un service adapté, chaleureux et efficace.

Chaque individu accueilli possède ses propres caractéristiques : âge, origine, situation personnelle, motivations ou encore attentes spécifiques. Ces éléments influencent directement la manière dont il doit être informé, orienté ou accompagné.

À travers différents contextes professionnels de l'hôtellerie à l'hôpital, en passant par les lieux culturels ou les espaces commerciaux de cet atelier propose d'explorer la diversité des publics et d'analyser comment adapter son discours, son

attitude et ses outils de communication.

L'objectif est de développer une posture professionnelle fondée sur l'écoute active, l'empathie et la réactivité, pour répondre au mieux aux besoins variés des usagers/clients)

Objectifs de l'atelier

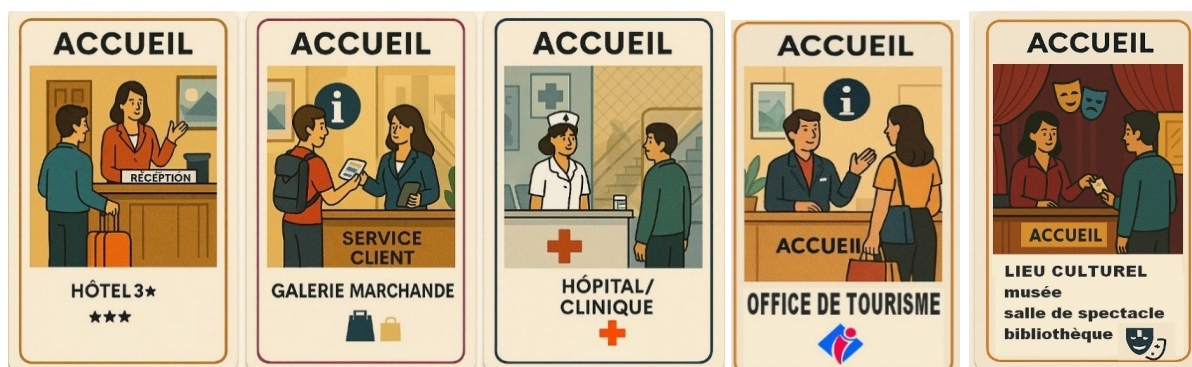
- Travailler en équipe, collaborer, s'entraider.
- Identifier et caractériser différents types de publics (âge, origine, situation, motivation, profil socioculturel, besoins, attentes, etc.).
- Comprendre comment ces caractéristiques influencent la manière d'accueillir, d'informer et d'orienter.
- S'exercer à l'écoute active et à l'adaptation de son discours en fonction du contexte professionnel.



- Déterminer **les groupes** de travail par tirage au sort
- Piocher une **carte** pour découvrir le **contexte** professionnel sur lequel vous allez travailler en expert.

Groupes de travail					
G1					
G2					
G3					
G4					
G5					

EXPERTS du contexte					
G1					
G2					
G3					
G4					
G5					





Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Identifier et caractériser différents types de publics

Etape 1



L'accueil constitue un élément clé pour toute organisation. La qualité de cette première interaction conditionne la satisfaction des visiteurs et l'image de l'entreprise. Le personnel d'accueil doit adapter sa posture et ses pratiques aux spécificités de chaque public.

À partir de la fiche de poste (ressource 1) et des publics ciblés (ressource 2), chaque groupe décrit son visiteur (3 caractéristiques), propose des adaptations de l'accueil (3 minimum), liste les erreurs à éviter (2 minimum) et rédige une phrase type adaptée.

Missions pour chaque groupe

1. Décrire les caractéristiques du visiteur (âge, origine, attentes, contraintes).
3 caractéristiques sont repérées (au minimum)
2. Adapter l'accueil (attitude, posture, langage, outils)
3. Créer 3 adaptations possibles de l'accueil (au minimum)
4. Lister les erreurs à éviter. 2 erreurs à éviter
5. Préparer une phrase adaptée à la situation de la part du personnel d'accueil (vous)
1 phrase type adaptée



Proposer votre travail sous forme de tableau (clair et synthétique)





Contexte 1 : Hôtellerie – Accueil dans un hôtel 3★

Ressource 1 : Fiche de poste

Le cadre

- Réception moderne et chaleureuse
- Personnel en uniforme sobre
- Atmosphère conviviale et professionnelle

Les missions de l'accueil

- Accueil du client : sourire, disponibilité, politesse
- Enregistrement (check-in) : vérification de la réservation, remise des clés/cartes
- Information : services de l'hôtel, restauration, activités locales
- Gestion des réclamations : écoute active, solution rapide
- Check-out : facturation claire, remerciements, fidélisation

Types de clients

- Touristes français et étrangers
- Professionnels en déplacement
- Familles
- Couples

Compétences clés

- Langues étrangères (anglais minimum)
- Maîtrise des outils informatiques (logiciel de réservation, facturation)
- Communication verbale et non-verbale
- Gestion du stress et des priorités





Hôtellerie – Accueil dans un hôtel 3★ en centre-ville

Ressource 2 : public ciblé



- **Touristes étrangers espagnols en vacances**, ils ne parlent pas bien le français, ils recherchent des activités et des restaurants avec à la carte un menu avec des plats français (besoins de compréhension linguistique, informations locales).
- **Voyageur d'affaires pressé**, il a une visio-conférence dans 20 minutes et il ne trouve pas le code Wi-Fi (demande rapide, efficacité).
- **Famille avec enfants**, 2 adultes et 2 adolescents, ils recherchent des activités et demande des chambres séparés et communicantes (besoin de confort, services adaptés).
- **Personne âgée venant pour un séjour détente**, manque d'assurance (attente de patience, clarté).



Contexte 2 : Office de tourisme

Ressource 1 : Fiche de poste

Le cadre

- Bureau lumineux et convivial
- Affiches, plans et brochures disponibles
- Personnel souriant et disponible

Missions de l'accueil

- Accueil des visiteurs (sourire, écoute)
- Renseignements sur sites touristiques, hébergements, restaurants
- Vente de billets (musées, spectacles, visites guidées)
- Réservations (activités, excursions)
- Gestion des réclamations / demandes spécifiques

Types de publics

- Touristes français
- Touristes étrangers
- Groupes scolaires
- Seniors
- Professionnels (organisateurs d'événements, agences de voyage)

Compétences clés

- Multilinguisme (anglais, espagnol, allemand...)
- Connaissance approfondie de la région
- Sens du relationnel et de l'écoute
- Organisation et gestion des flux
- Utilisation des outils numériques (site, billetterie, CRM)





Contexte 2 : Office de tourisme

Période estivale

Ressource 2 : public ciblé



- **Touriste français pressé de passage** (une journée) qui cherche une activité.
- **Groupe scolaire en sortie pédagogique**, 25 élèves de CP et un enseignant
- **Couple de seniors étrangers britanniques**, Ils ne parlent pas bien le français (barrière de langue, besoin de traductions simples).
- **Habitant local qui demande des infos pour des proches** qui vont venir dans la région prochainement.



Contexte 3 : Accueil dans un grand magasin / galerie marchande

Ressource 1 : Fiche de poste

Le cadre

- Espace d'accueil à l'entrée
- Bornes interactives / plans d'orientation
- Signalétique claire et visible
- Personnel polyvalent et identifiable (uniforme, badge)

Missions de l'accueil

- Orientation et information (localiser un magasin, un service)
- Gestion des objets trouvés
- Annonces micro / assistance en cas d'urgence
- Vente de cartes cadeaux
- Carte de fidélité
- Retour client / relation clients

Types de publics

- Clients réguliers (habitués)
- Visiteurs occasionnels
- Familles
- Seniors
- Personnes à mobilité réduite (PMR)

Compétences clés

- Connaissance des enseignes et services du centre commercial
- Sens du contact et de l'orientation client
- Réactivité et gestion des situations imprévues
- Maîtrise des outils numériques (bornes, caisse, annonces)
- Gestion du stress (flux important, périodes de forte affluence)





Contexte 3 : Accueil dans un grand magasin / galerie marchande avec plusieurs niveaux

Samedi après-midi

Ressource 2 : public ciblé



- **Clientèle mécontente** venue pour un retour produit défectueux (un aspirateur).
- **Jeune adulte cherchant une enseigne précise.** C'est la première fois qu'elle vient dans la galerie. C'est pour se présenter à un poste de vendeuse.
- **Famille nombreuse avec poussette.** La mère cherche un endroit où changer son enfant de 6 mois.
- **Personne en situation de handicap moteur cherchant un ascenseur.** Elle souhaite se rendre au 1^{er} étage dans un magasin de jouets.





Contexte 4 : Accueil dans un hôpital / clinique

Ressource 1 : Fiche de poste

Le cadre

- Hall d'entrée clair et signalétique visible
- Guichets d'accueil / bornes d'enregistrement
- Salle d'attente organisée et adaptée
- Personnel identifiable (badge, blouse)

Missions de l'accueil

- Accueil physique et téléphonique
- Enregistrement administratif des patients
- Orientation vers les services (consultations, hospitalisation, urgences)
- Information sur les horaires de visite, démarches administratives
- Gestion des rendez-vous, documents et dossiers médicaux
- Prise en charge des situations sensibles (urgence, anxiété des familles)

Types de publics

- Patients (consultations, hospitalisation, urgences)
- Familles et proches
- Visiteurs occasionnels
- Professionnels de santé extérieurs (ambulanciers, médecins visiteurs)
- Personnes vulnérables (PMR, personnes âgées, enfants)

Compétences clés

- Écoute, empathie et patience
- Maîtrise des logiciels de gestion hospitalière
- Sens de l'organisation et confidentialité (secret médical)
- Gestion du stress et des priorités
- Communication claire et rassurante





Contexte 4 : Accueil dans un hôpital / clinique

Clinique privée

Ressource 2 : public ciblé



- **Patient stressé, anxieux qui cherche le service** où est hospitalisé sa mère.
- **Personne âgée ayant besoin d'être accompagnée**, qui a des difficultés de compréhension. Elle souhaite se rendre à une consultation en cardiologie.
- **Famille pressée venue aux urgences**, parents inquiets, leur fils est tombé dans la cour de l'école sur la tête, il a été hospitalisé en urgence.
- **Visiteur étranger venu voir un proche** hospitalisé depuis 2 semaines (barrière de langue).



Contexte 5 : Accueil dans un lieu culturel (musée, salle de spectacle, bibliothèque)

Ressource 1 : Fiche de poste

Le cadre

- Hall d'accueil, billetterie, comptoir d'information
- Signalétique vers les espaces (salles, expositions, rayons)
- Dépliants, programmes, catalogues disponibles
- Personnel identifiable (badge, uniforme sobre)

Missions de l'accueil

- Accueil physique et orientation des visiteurs
- Vente et contrôle des billets / abonnements
- Information sur les expositions, spectacles, activités
- Gestion des réservations (visites guidées, ateliers, spectacles)
- Service de médiation culturelle (explications, animations)
- Règlement et sécurité (vestiaires, consignes, règles de visite)


Types de publics

- Individuels (touristes, habitants locaux)
- Groupes scolaires ou associatifs
- Familles avec enfants
- Seniors
- Chercheurs/étudiants (en bibliothèque ou centre de documentation)
- Personnes à mobilité réduite (PMR)

Compétences clés

- Connaissance culturelle (collections, programmation, œuvres)
- Communication claire et adaptée à différents publics
- Pratique de langues étrangères
- Sens de l'organisation et gestion des flux
- Gestion des outils numériques (billetterie, réservation en ligne, audioguides)
- Qualités relationnelles (écoute, patience, pédagogie)



 Contexte 5 : Accueil dans un lieu culturel (musée, salle de spectacle, bibliothèque)

Muséum de Bordeaux

Ressource 2 : public ciblé



- **Touriste étranger**, qui souhaite des informations sur les expositions temporaires (besoin d'explications claires).
- **Groupe scolaire avec un enseignant** de l'école primaire, 20 enfants bruyants de CE2 avec une enseignante.
- **Personne passionnée, très renseignée**, demande des informations sur l'histoire du lieu (attente de précision).
- **Visiteur avec une carte d'abonnement**, il habite à côté, il vient souvent, il souhaite éviter la file d'attente (demande de rapidité).

◆ Groupe A – Hôtel 3★ en centre-ville

Profil visiteur	Caractéristiques repérées	Accueil à adopter	Erreurs à éviter	Exemple de phrase adaptée
Couple de touristes espagnols	Ne parle pas bien français ; séjournent pour loisirs ; cherchent restaurants locaux	Utiliser phrases simples, gestes ; fournir brochure en espagnol ; rester souriant	Parler vite, jargon hôtelier, absence de support visuel	1. « Welcome! Here is a map with restaurants. Do you prefer Spanish food or local specialties? » 2. « ¡Bienvenidos! Aquí tenéis un mapa de restaurantes. ¿Preferís la comida española o las especialidades locales?»
Voyageur d'affaires pressé	Homme/femme pressé(e) ; besoin d'efficacité ; demande connexion Wi-Fi	Être rapide et concis ; aller droit au but ; anticiper les besoins (clé + Wi-Fi)	Faire patienter inutilement ; donner trop d'infos non demandées	« Bonjour Monsieur, voici votre clé. Le code Wi-Fi est noté sur cette carte. Bon séjour et bonne réunion. »
Famille avec enfants	2 adultes + 2 enfants ; besoin de chambres communicantes ; recherche activités familiales	Montrer patience ; proposer solutions adaptées (piscine, aire de jeux) ; orienter vers services famille	Ignorer les enfants ; donner infos trop techniques	« Nous avons des chambres communicantes disponibles et voici la liste des activités pour enfants ce week-end. »
Personne âgée seule	Séjour détente ; besoin d'être rassurée ; comprend mieux si explications simples	Parler lentement et clairement ; montrer de l'empathie ; offrir aide physique (bagages)	Montrer de l'impatience ; employer vocabulaire technique	« Prenez votre temps, je vous explique les horaires du petit-déjeuner et je peux vous accompagner à votre chambre si vous le souhaitez. »



◆ Groupe B – Office de tourisme (période estivale)

Profil visiteur	Caractéristiques repérées	Accueil à adopter	Erreurs à éviter	Exemple de phrase adaptée
Touriste français pressé	Habillé en vacances ; veut une activité immédiate	Réponse rapide, concise ; proposer 1 ou 2 activités adaptées	Proposer trop de choix ; entrer dans trop de détails	« Cet après-midi, vous pouvez visiter le château à 15h ou faire une balade en bateau. »
Groupe scolaire	25 élèves + professeur ; objectifs pédagogiques ; enfants parfois agités	S'adresser à l'enseignant ; proposer activités adaptées à l'âge ; donner documents pédagogiques	S'adresser directement aux enfants ; manquer d'organisation	« Bonjour Madame/Monsieur, voici un livret de visite adapté à vos élèves. »
Couple de seniors britanniques	Ne parle pas français ; recherche visites simples ; besoin de confort	Utiliser anglais simple ; donner brochure traduite ; parler lentement	Parler uniquement en français ; informations trop complexes	« Good morning, here is a map in English. Today there is a guided tour at 3 p.m. »
Habitant local	Connaît déjà la ville ; cherche infos pour ses invités	Valoriser son rôle d'ambassadeur ; proposer idées originales ; remercier de la visite	Donner infos basiques déjà connues	« Nous avons un nouveau circuit découverte qui plaira sûrement à vos amis. »

◆ Groupe C – Accueil dans un grand magasin / galerie marchande (samedi après-midi)

Profil visiteur	Caractéristiques repérées	Accueil à adopter	Erreurs à éviter	Exemple de phrase adaptée
Cliente mécontente	Insatisfaite, impatiente ; retour produit défectueux	Écoute active ; calme ; orienter SAV rapidement	Répondre sèchement ; accuser le client	« Je comprends votre mécontentement, je vous accompagne au service après-vente. »
Jeune adulte	Seul ; cherche enseigne précise ; ne connaît pas galerie	Donner plan ; montrer itinéraire clair ; utiliser langage simple	Expliquer de façon confuse ; donner infos incomplètes	« La boutique que vous cherchez est au 1er étage, à gauche après l'escalator. »
Famille avec poussette	Parents + jeunes enfants ; besoin de services adaptés (aire jeux, restauration)	Être bienveillant ; orienter vers équipements (ascenseur, espace enfants)	Ignorer la poussette ; donner infos trop vagues	« L'espace enfants est au rez-de-chaussée, à côté de l'aire de restauration familiale. »
Personne en fauteuil roulant	Besoin d'accessibilité ; cherche ascenseur	Indiquer chemin accessible ; proposer assistance si besoin	Indiquer escalier ; oublier la contrainte mobilité	« L'ascenseur est juste derrière vous, je peux vous montrer le chemin si vous souhaitez. »



◆ Groupe D – Accueil dans un hôpital / clinique (Clinique privée)

Groupe D – Clinique privée

Profil visiteur	Caractéristiques repérées	Accueil à adopter	Erreurs à éviter	Exemple de phrase adaptée
Patient stressé	Anxieux, cherche son service	Rassurer ; explications simples ; possibilité d'accompagnement	Expliquer de façon compliquée ; indifférence	« Ne vous inquiétez pas, je vous accompagne au service de cardiologie. »
Personne âgée	Difficultés à se déplacer ; besoin d'aide	Parler lentement ; offrir accompagnement physique	Manquer de patience ; laisser seule	« Je peux vous accompagner au service de radiologie, venez avec moi. »
Famille pressée (urgences)	Stress, inquiétude ; urgence médicale	Être rapide, clair, rassurant ; orienter immédiatement	Poser trop de questions ; ralentir la prise en charge	« Les urgences sont au rez-de-chaussée, couloir de gauche. Suivez-moi, je vous accompagne. »
Visiteur étranger	Ne parle pas français ; cherche proche hospitalisé	Employer anglais simple ; orienter avec gestes, plan	Parler uniquement français ; ne pas vérifier compréhension	« Hello, the visiting room is on the 2nd floor. I'll show you the way. »



◆ Groupe E – : Accueil dans un lieu culturel (musée, salle de spectacle, bibliothèque) (Muséum de Bordeaux)

Profil visiteur	Caractéristiques repérées	Accueil à adopter	Erreurs à éviter	Exemple de phrase adaptée
Touriste étranger	Ne parle pas français ; veut infos sur exposition temporaire	Fournir brochure traduite ; explication simple en anglais ; gestes visuels	Trop de détails en français ; ignorer sa difficulté	« Here is the brochure in English. The temporary exhibition is on the first floor. »
Groupe scolaire	20 enfants + enseignant ; enfants bruyants ; objectif éducatif	S'adresser à l'enseignant ; donner règles claires ; proposer visite guidée	S'adresser directement aux enfants ; manque de fermeté	« Bonjour Madame, voici les consignes pour votre groupe et un parcours adapté aux enfants. »
Passionné d'art	Très informé, pose questions précises	Montrer intérêt ; orienter vers médiateur culturel ; donner infos spécialisées	Répondre vaguement ; montrer impatience	« Pour plus de détails sur cette œuvre, notre médiateur peut vous donner des explications approfondies. »
Visiteur abonné	Habitué, veut entrer vite ; évite files d'attente	Être rapide ; reconnaître fidélité ; montrer considération	Le faire attendre ; demander justificatif inutile	« Bonjour Monsieur, bienvenue à nouveau. Vous pouvez entrer directement par la file réservée aux abonnés. »



Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Identifier et caractériser différents types de publics

Etape 2



La maîtrise de l'accueil, adaptée à chaque contexte, est une compétence fondamentale. Suite à votre analyse détaillée des profils de visiteurs et des meilleures pratiques en groupe d'experts, chaque expert présente à son groupe les caractéristiques et les besoins du visiteur qu'il a analysé, afin d'initier une réflexion collective sur les améliorations possibles.

Une fois les améliorations apportées, les experts se réunissent pour confronter leurs approches et élaborer le document final.

Groupe de travail

- Présenter les caractéristiques et les besoins du visiteur analysés
- Initier une réflexion collective sur les améliorations à apporter

Groupe Experts

- Confronter propositions d'amélioration
- Modifier le document de manière collaborative

GROUPES DE TRAVAIL					
Présentation des experts					
Propositions d'amélioration					
G1					
G2					
G3					
G4					
G5					

EXPERTS					
Amélioration en fonction des propositions des GT					
G1					
G2					
G3					
G4					
G5					





Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Identifier et caractériser différents types de publics

Etape 3



La maîtrise de l'accueil selon le contexte rencontré est essentielle. Votre expertise a permis de relever le profil du visiteur, les caractéristiques, l'accueil à adopter et les erreurs à ne pas commettre. Des ajustements ont été faits pour bien cerner toutes les situations.

Une synthèse orale du contexte étudié (*grand magasin, hôtel, office de tourisme, lieu culturel ou hôpital/clinique*) doit être effectuée devant l'ensemble des participants.

Chaque groupe d'experts est chargé de préparer cette intervention en mobilisant les informations collectées précédemment et en respectant les contraintes qui lui seront imposées.

- Préparer la synthèse en organisant les idées à présenter
- Se répartir la prise de parole entre les membres du groupe
- Présenter la synthèse aux participants

EXPERTS

Présentation du contexte d'accueil

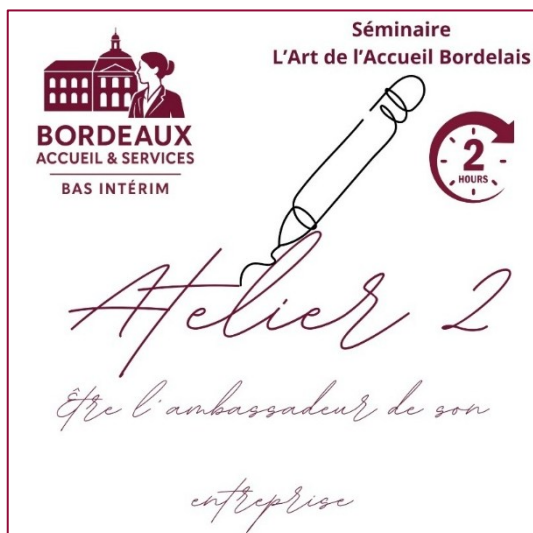
G1					
G2					
G3					
G4					
G5					

Plan de présentation de la synthèse

1. Le **contexte professionnel** sur lequel vous avez travaillé.
2. Les **caractéristiques principales** des visiteurs étudiés,
3. Les **attitudes d'accueil adaptées** que vous proposez,
4. Les **erreurs à éviter**.

Durée de présentation : 5 min





Dans les métiers de l'accueil, représenter son entreprise va bien au-delà de la simple interaction avec le public : c'est incarner ses valeurs, son image et sa qualité de service. L'agent d'accueil devient le premier contact et, souvent, le premier ambassadeur de l'organisation qu'il représente.

Cette mission exige à la fois des savoir-être irréprochables, politesse, sourire, disponibilité et des compétences professionnelles précises comme l'orientation, la gestion d'informations ou la communication adaptée à chaque situation.

Être ambassadeur, c'est aussi savoir valoriser son environnement, qu'il s'agisse de l'entreprise elle-même, de ses services, ou encore du territoire dans lequel elle évolue.

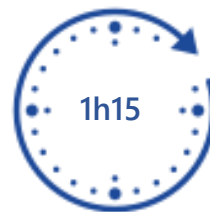
À travers cet atelier, « **Être l'ambassadeur de son entreprise** » les participants sont invités à réfléchir aux comportements positifs, aux erreurs à éviter et aux moyens concrets de mettre en avant l'entreprise auprès de ses visiteurs, clients ou usagers. Ils construisent ensemble une vision commune de l'accueil comme vecteur d'image et de confiance.

Objectifs de l'atelier

- Travailler en coopération et partager ses expériences.
- Identifier les savoir-être essentiels pour donner une image positive de l'entreprise.
- Repérer les compétences professionnelles attendues dans différents postes d'accueil.
- Analyser les comportements et attitudes qui nuisent à l'image de l'organisation.
- Comprendre en quoi l'agent d'accueil est un ambassadeur de son entreprise et de son territoire.



Séminaire
L'Art de l'Accueil Bordelais
Être l'ambassadeur de son entreprise
Etape 1



Objectif de l'atelier

Identifier les comportements, compétences et attitudes qui font de vous un véritable ambassadeur.

Vous participez à un World Café : « Être l'ambassadeur de son entreprise »

Le travail s'effectue en petits groupes sur 4 tables thématiques. Chaque table correspond à un sujet lié au rôle d'ambassadeur de l'entreprise.

Déroulement

- Sur chaque table, sur une feuille format A1 est inscrit un thème, avec une question.
- À chaque table, le groupe **réfléchit** aux questions posées et **noter les idées sur le document fourni** (mots-clés, exemples, dessins...).
- Chaque groupe reste **15 minutes** sur une table.
- Ensuite, le groupe **change de table** pour découvrir un nouveau thème et enrichir les discussions.

➔ **Prévoir 4 feuilles et inscrire sur chacune la thématique**

TABLES & QUESTIONS

1. **Les savoir-être essentiels de l'accueil**
 - Quels comportements montrent que vous représentez bien l'entreprise ?
2. **Les compétences professionnelles**
 - Quelles actions ou outils devez-vous maîtriser pour un accueil efficace ?
3. **Les erreurs à éviter**
 - Quelles attitudes ou comportements peuvent nuire à l'image de l'entreprise ?
4. **Être ambassadeur de son entreprise et de son territoire**
 - Comment mettre en valeur l'entreprise et la région auprès des visiteurs ou clients ?





Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Être l'ambassadeur de son entreprise

Etape 2



Objectif de l'atelier

- Servir de référence pour chaque comportement professionnel à adopter
- Représenter et valoriser l'image de l'entreprise et le territoire lors de l'accueil des clients

Une synthèse des quatre thématiques étudiées doit être élaborée par chaque groupe. Les documents élaborés seront présentés oralement puis partager avec l'ensemble de la classe.

Démarche de présentation orale

- Structurer la présentation en quatre parties correspondant aux thèmes.
- Utiliser des mots-clés, dessins ou exemples concrets pour rendre la synthèse claire.
- Se répartir la présentation des thèmes dans le groupe afin d'impliquer tout le monde.
- Conclure en rappelant l'importance d'être un ambassadeur au quotidien.



Éléments de corrigé

1. Les savoir-être essentiels de l'accueil

Comportements qui montrent que vous représentez bien l'entreprise :

- Accueillir chaque client avec un sourire et un ton chaleureux.
- Être poli, respectueux et à l'écoute des besoins du client.
- Montrer de la disponibilité et de la patience, même en cas de difficulté.
- Faire preuve de courtoisie et d'empathie.
- Donner une image professionnelle par votre présentation (tenue, posture, langage).

Exemple concret : Dire « Bonjour, bienvenue, comment puis-je vous aider ? » dès l'entrée du client.

2. Les compétences professionnelles

Actions ou outils à maîtriser pour un accueil efficace :

- Connaissance des produits/services et des offres de l'entreprise.
- Maîtrise des outils numériques (caisse, logiciels de réservation, gestion des stocks, CRM).
- Capacité à orienter le client et à répondre à ses questions rapidement.
- Savoir gérer une situation délicate ou un client insatisfait.
- Techniques de communication (écoute active, reformulation).

Exemple concret : Être capable de conseiller un client sur un produit spécifique ou d'utiliser un logiciel pour vérifier la disponibilité d'un article.

3. Les erreurs à éviter

Attitudes ou comportements nuisant à l'image de l'entreprise :

- Ignorer ou mal accueillir le client.
- Être impatient, brusque ou impoli.
- Fournir des informations erronées ou incomplètes.
- Montrer un manque de professionnalisme (retard, tenue négligée, langage familier).
- Réagir de manière défensive face à une réclamation.
- Utilisation de son téléphone portable

Exemple concret : Refuser de répondre à une question ou montrer de l'énervement devant le client.

4. Être ambassadeur de son entreprise et de son territoire

Mise en valeur de l'entreprise et de la région :

- Valoriser les atouts locaux ou l'histoire de l'entreprise.
- Promouvoir les produits locaux ou spécifiques de la région.
- Partager des informations positives sur l'entreprise et son environnement.
- Créer un lien entre l'entreprise et la communauté locale.
- Participer à des événements ou initiatives locales pour renforcer l'image de marque.

Exemple concret : Parler de la qualité artisanale d'un produit régional ou recommander des lieux touristiques proches aux visiteurs.





Séminaire
L'Art de l'Accueil Bordelais
Être l'ambassadeur de son entreprise
Etape 3



30 min

Objectifs

Rassembler les idées issues du World Café pour créer une Charte de l'Ambassadeur de l'Accueil, qui servira de référence pour votre comportement professionnel.

Après les échanges du *World Café*, il est temps de synthétiser vos idées pour définir les fondations de notre comportement professionnel.

Votre mission de groupe est de rédiger une Charte claire qui codifie les savoir-être, les compétences clés et les attitudes à valoriser pour représenter au mieux notre entreprise et notre territoire. Il s'agit de mettre l'accent sur ce qui fait la différence pour un accueil d'excellence.

→ Vidéo-projecteur + post-it

Étapes de réalisation

1. Identifier les points essentiels :

- Sélectionner les savoir-être, compétences et comportements à adopter.
- Repérer les erreurs ou attitudes à éviter.
- Penser à la mise en valeur de l'entreprise et du territoire.

2. Rédiger la Charte :

- Formuler des phrases courtes et claires, faciles à retenir.
- Classer les points en catégories :
 - Comportements à adopter
 - Compétences à maîtriser
 - Attitudes à éviter
 - Mise en valeur de l'entreprise et du territoire
- Ajouter des illustrations, icônes ou mots-clés si nécessaire pour rendre la Charte attractive et lisible.

3. Valider et afficher la charte

- Chaque groupe propose ses idées, puis un consensus est trouvé pour créer une Charte unique et complète.
- La Charte est affichée dans la salle

Conseils

- Synthétiser en utilisant des mots-clés ou phrases courtes.
- Mettre l'accent sur ce qui fait la différence pour un accueil professionnel et représentatif de l'entreprise.
- Vérifier que chaque point est pratique et applicable dans le quotidien professionnel.



Charte de l'Ambassadeur de l'Accueil (Correction type)

1. Comportements à adopter

- Accueillir chaque client avec un sourire et un ton chaleureux.
- Être poli, respectueux et à l'écoute des besoins du client.
- Faire preuve de disponibilité et de patience, même en situation difficile.
- Démontrer courtoisie et empathie.
- Soigner son image professionnelle (tenue, posture, langage).

2. Compétences à maîtriser

- Connaître les produits, services et offres de l'entreprise.
- Maîtriser les outils numériques (caisse, logiciels de réservation, gestion des stocks, CRM).
- Orienter le client et répondre rapidement à ses questions.
- Gérer les situations délicates et les clients insatisfaits.
- Utiliser des techniques de communication efficaces (écoute active, reformulation).

3. Attitudes à éviter

- Ignorer ou mal accueillir un client.
- Être impatient, brusque ou impoli.
- Fournir des informations erronées ou incomplètes.
- Manquer de professionnalisme (retard, tenue négligée, langage familier).
- Réagir de manière défensive face à une réclamation.
- Utiliser son téléphone portable

4. Mise en valeur de l'entreprise et du territoire

- Valoriser les atouts locaux et l'histoire de l'entreprise.
- Promouvoir les produits régionaux ou spécifiques de l'entreprise.
- Partager des informations positives sur l'entreprise et son environnement.
- Créer un lien avec la communauté locale.
- Participer à des événements ou initiatives locales pour renforcer l'image de marque.





Dans le cadre du séminaire, un atelier est dédié spécifiquement aux stagiaires de l'entreprise qui sont nombreux afin de les aider dans leur parcours professionnel.

Dans les métiers de l'accueil, les opportunités professionnelles se trouvent dans une grande diversité de secteurs : entreprises privées, administrations publiques, structures touristiques, établissements de santé, lieux culturels ou encore événements ponctuels.

Chaque environnement d'accueil présente ses spécificités : le profil des usagers, le rythme de travail, le type de demandes à traiter, ou encore les compétences mobilisées (accueil physique, téléphonique, gestion d'informations, orientation, accompagnement, etc.).

Pour préparer efficacement leurs périodes de formation en milieu professionnel, les participants doivent être capables d'identifier ces différents lieux d'accueil, de comprendre leurs particularités et de repérer les entreprises locales qui offrent de réelles opportunités de stage.

Cet atelier propose donc de répertorier collectivement, secteur par secteur, les structures où un futur professionnel de l'accueil peut exercer, afin de constituer un répertoire commun de stages et de missions.

Objectifs de l'atelier

- Collaborer en équipe pour explorer la diversité des secteurs d'accueil.
- Identifier et classer les entreprises et structures locales où un stage est possible.
- Analyser les spécificités de chaque environnement d'accueil (types de publics, missions, compétences mobilisées).
- Construire un outil collectif (tableau, carte mentale, répertoire) qui servira de ressource commune pour préparer les stages.
- Développer une posture d'observation, d'analyse et d'anticipation, essentielle au métier de l'accueil.



Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Parcours d'accueil, explorer, repérer

Etape 1



Le Mur des opportunités de stage et les missions d'intérim dans l'accueil

1. Travail en groupe

Chaque groupe réfléchit aux entreprises, structures ou lieux possibles pour effectuer un stage ou un contrat d'intérim dans le domaine de l'accueil (entreprises locales, services publics, associations, événements, etc.).

2. Écriture des idées

- Noter une seule idée par post-it (nom d'entreprise, type de structure, idée de mission...).
- Préciser le nom du secteur ou l'activité d'accueil possible.
 - POST-IT BLEU Accueil en entreprise (sièges sociaux, banques, cabinets d'avocats, assurances, agences immobilières)
 - POST-IT ROSE Accueil événementiel (salons, congrès, foires, inaugurations, soirées d'entreprise, sport/culture)
 - POST-IT VERT Accueil touristique et hôtelier (hôtels, résidences, offices de tourisme, aéroports, gares)
 - POST-IT JAUNE Accueil dans les services publics et santé (mairies, cliniques, hôpitaux, administrations, associations)

3. Affichage au tableau par chaque groupe

- Coller ses post-it sur le tableau ou le mur prévu à cet effet.
- Regrouper les idées par catégorie (ex. : hôtellerie, événementiel, services publics, commerce...).

4. Mise en commun

- Construire ensemble un grand mur des opportunités qui servira de ressource commune pour les stages et les missions d'intérim.

5. Règles à respecter

- Accepter toutes les idées pertinentes sans jugement et sans critique
- Rechercher un maximum de propositions
- Participer activement et contribuer aux échanges



Atelier 3 – Repérer et choisir son entreprise idéale- Ressource à projeter : TABLEAU synthèse des opportunités de stage et d'intérim dans l'accueil

POST-IT BLEU	POST-IT ROSE	POST-IT VERT	POST-IT JAUNE
Accueil en entreprise (sièges sociaux, banques, cabinets d'avocats, assurances, agences immobilières)	Accueil événementiel (salons, congrès, foires, inaugurations, soirées d'entreprise, sport/culture)	Accueil touristique et hôtelier (hôtels, résidences, offices de tourisme, aéroports, gares)	Accueil dans les services publics et santé (mairies, cliniques, hôpitaux, administrations, associations)



Séminaire L'Art de l'Accueil Bordelais

Parcours d'accueil, explorer, repérer

Etape 2



Objectif : Repérer et choisir son entreprise idéale

Réflexion individuelle (5-10 min)

Compléter une **fiche personnelle** avec 3 rubriques :

- **Mes envies :** Quel secteur m'attire ? (commerce, accueil, événementiel, tourisme, etc.)
- **Mes aspirations :** Qu'est-ce qui est important pour moi ? (contact client, travail en équipe, autonomie, apprendre un métier précis...)
- **Ma mobilité :** Comment puis-je me déplacer ? (à pied, vélo, bus, voiture, covoiturage...) et jusqu'à quelle distance ?

Travail en binôme (10 min)

Échanger avec la personne de votre choix sur le travail précédent

- Présente tes envies/aspirations/mobilité.
- Propose au moins deux types d'entreprises correspondant au profil de ton binôme

Mise en commun en classe (15 min)

- Partager avec un autre binôme une ou deux propositions intéressantes.
- Construire ensemble une carte des entreprises idéales sur un tableau ou un *paperboard*, composé des colonnes :
 - Secteur / activité
 - Aspirations correspondantes
 - Contraintes de mobilité

Conclusion (15 min)

- Repère les entreprises qui te correspondent le mieux.
- Finaliser son profil personnel avec pistes concrètes et adaptées

Les coordonnées de l'entreprise sont répertoriées sur un document personnel.



Lexique – Bac Pro Accueil

Attitudes professionnelles

- **Sourire** : exprimer de la convivialité et mettre le client à l'aise.
- **Politesse** : employer les formules de courtoisie technique du SBAM (bonjour, au revoir, s'il vous plaît, merci).
- **Empathie** : comprendre et partager les émotions du client (stress, impatience, joie, inquiétude).
- **Patience** : garder son calme, même face à un client difficile.
- **Écoute active** : montrer que l'on comprend (hochement de tête, reformulation, contact visuel).
- **Reformulation** : redire avec ses propres mots pour vérifier la compréhension.
- **Disponibilité** : être attentif et prêt à aider.
- **Professionnalisme** : adopter une posture, une tenue et un langage adaptés.
- **Gestion du stress** : savoir garder son sang-froid dans les situations de tension.
- **Organisation** : gérer son temps, ses priorités et les flux de clients.

Communication

- **Communication verbale** : échanges par la parole (informations, conseils, réponses aux questions).
- **Communication non-verbale** : langage du corps (gestes, posture, sourire, regard).
- **Langage simple** : éviter les termes techniques compliqués.
- **Gestes visuels** : montrer un plan, indiquer une direction.
- **Ton chaleureux** : voix agréable, ni trop familière ni trop froide.
- **Explication claire** : donner une information courte, précise et adaptée au client.
- **Multilinguisme** : capacité à utiliser plusieurs langues (anglais, espagnol, allemand...) pour accueillir des publics variés.

Publics accueillis

- **Touristes français et étrangers** : personnes en voyage de loisirs ou culturels.
- **Professionnels en déplacement** : clients venus pour des raisons de travail.
- **Familles** : parents avec enfants, souvent avec des besoins spécifiques (accessibilité, organisation).
- **Couples** : clients recherchant détente, intimité, ou activités partagées.
- **Groupes scolaires / associatifs** : visiteurs nombreux nécessitant organisation et règles de visite.

Outils et supports

- **Logiciel de réservation** : outil informatique pour enregistrer et gérer les séjours ou activités.
- **Facturation** : système pour éditer et régler les paiements.
- **CRM (Customer Relationship Management)** : logiciel de gestion de la relation client.
- **Billetterie** : vente et gestion des tickets (spectacle, musée, transport).
- **Site internet** : plateforme en ligne pour informer et réserver.
- **Plan / carte** : support visuel pour indiquer un lieu ou un trajet.
- **Brochure / livret pédagogique** : document papier ou numérique contenant des informations utiles.

