

## LE TOURISTE EN ALSACE

### - Comment le client étranger apprécie-t-il le service en Hôtellerie/Restauration ?

Par David Plumat

[www.leslangues-alacarte.com](http://www.leslangues-alacarte.com)

Brillat-Savarin disait : « *Accueillir quelqu'un, c'est se soucier de son bonheur, tout le temps qu'il reste sous votre toit...* »

L'accueil est LE moment où tout peut se faire ou se défaire lors du séjour de vos hôtes : « You only get one chance to make a good first impression » disent les Américains (on n'a qu'une fois l'occasion de faire une bonne première impression). Il est vrai qu'un visage avenant et quelques formules de politesse exprimées dans la langue du client font mouche à tous les coups...

#### **Service personnalisé en hôtellerie**

En vous souvenant des propos tenus par votre client lors de son dernier séjour, de son nom et de quelques détails qu'il aura bien voulu partager avec vous, vous lui indiquez qu'il est le bienvenu dans votre établissement.

Un client étranger, si vous vous adressez à lui dans sa langue, sera particulièrement sensible à cette attention particulière, car vous devenez un point de repère dans un monde inconnu. Il ne manquera pas de séjourner dans votre établissement lors de ses prochaines visites!

En revanche, vous devez vous assurer qu'il apprécie ce que vous lui proposez. Pour cela, il est nécessaire de connaître ses attentes.

En effet, celles-ci diffèrent selon sa nationalité. Par exemple, le service au Japon n'est pas une option, mais un dû: là-bas, on s'oblige à fournir à son client une prestation qui réponde au mieux à ses besoins, exprimés ou implicites. C'est la norme et un bon accueil ou un bon service ne donnent lieu à aucune gratification particulière.

#### **Les pourboires au restaurant: l'expression de la satisfaction du client?**

En restauration surtout, les pourboires sont l'expression de la gratitude du client étranger, en général plus généreux.

Il existe cependant des exceptions : les pourboires sont interdits en Russie ou inexistant au Japon. En Europe, certains pays ajoutent automatiquement le service au montant de la facture, alors qu'aux Etats-Unis, le versement des pourboires est laissé à la discrétion du client : 12% du montant de la facture reflète un service moyen, 20% un service excellent.

Du coup, un client japonais ou russe qui ne laisse pas de pourboire n'a pas forcément été déçu par votre prestation. L'absence de pourboire peut certes refléter la qualité de la nourriture, l'ambiance du restaurant ou sa propreté, mais il peut aussi être l'expression d'habitudes étrangères différentes des nôtres.

Les différences interculturelles sont donc à intégrer dans votre analyse de l'appréciation de vos prestations !