



tourism excellence north
tourisme d'excellence Nord

www.tourismexcellencenorth.ca
(705) 596-2228 info@tourismexcellencenorth.ca

La qualité :
on se distingue!

ÉTUDES DE CAS

CONCEPT CENTRAL : *En s'appliquant à offrir une expérience de grande qualité à leurs clients, les exploitants touristiques doivent évaluer tous les points de service où ils interagissent avec leurs clients potentiels. Il peut s'agir des relations avec la clientèle, des options de restauration, des commodités dans les chambres, des services événementiels et du design d'ensemble de l'hôtel. En jumelant un excellent service à la clientèle à des investissements dans l'infrastructure hôtelière, les exploitants touristiques se positionnent afin de répondre aux besoins sans cesse changeants de leurs clients dans un marché touristique concurrentiel. Surpasser les attentes des visiteurs contribuera à attirer de nouveaux clients, à conserver une clientèle acquise et à augmenter le nombre de gens qui y sont dirigés vers un établissement, ce qui accroît la rentabilité et la viabilité de l'entreprise.*

Tout a débuté par un hôtel phare familial dans le secteur « Golden Mile » de Sault Ste. Marie. Des gens d'affaires locaux ont rénové et modernisé l'auberge d'origine afin de créer l'établissement Quattro Suites and Conference Centre. À l'enseigne Choice Hotel, Quattro s'est joint à la marque Ascend Collection, une chaîne reconnue des meilleurs hôtels à l'échelle internationale.

La directrice du marketing et des communications, Tricia Lesnic, ainsi que le directeur des aliments et des boissons, Rod Duhaime, affirment que l'offre d'une expérience de haut niveau est la clé pour diriger une entreprise florissante. En investissant dans des installations luxueuses et une formation de haut niveau pour le personnel, l'hôtel a créé un engagement envers l'excellence et attiré une nouvelle clientèle. Puisque le nombre de clients réguliers s'est accru et que les réservations pour affaires augmentent, Tricia et Rod ont constaté un rendement des investissements dans l'établissement qui propose une expérience haut de gamme aux visiteurs.



Tricia Lesnic, directrice du marketing et des communications

Quelles commodités l'hôtel Quattro offre-t-il?

Quattro compte 157 chambres, y compris des chambres avec deux grands lits, de très grandes suites de luxe ainsi que des chambres entièrement accessibles aux personnes ayant une incapacité. On y trouve le plus grand centre des congrès du Nord de l'Ontario, où nous avons accueilli jusqu'à 600 personnes à qui nous avons servi des repas. Nous avons aussi de plus petites salles de réunion pour 5 à 100 personnes, équipées d'une gamme complète de matériel audio-vidéo pour des présentations d'affaires et des occasions spéciales.



Rod Duhaime, directeur des aliments et des boissons

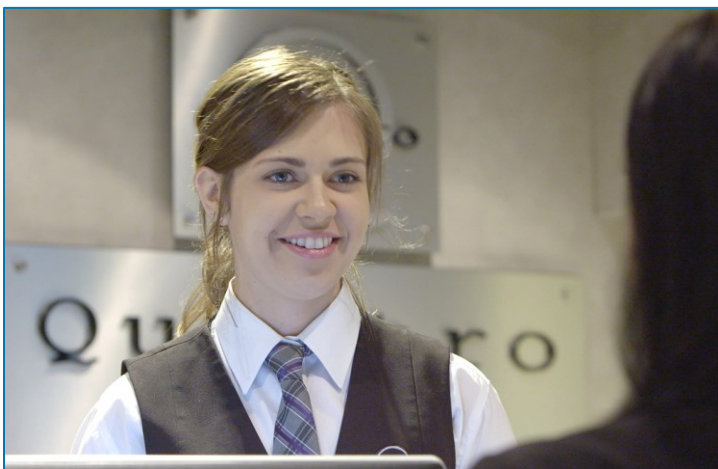
Qui séjourne à l'hôtel?

Nous avons un hôtel, un centre des congrès, un spa et un restaurant, mais chaque groupe de visiteurs a ses propres besoins. Par exemple, les groupes sportifs veulent toujours avoir accès à une bonne piscine et obtenir un déjeuner gratuit avec amplement d'espace dans les suites. Les gens d'affaires cherchent un excellent restaurant où ils peuvent rencontrer leurs clients, un centre d'affaires, un réseau Wi-Fi solide et des salles de réunion confortables. Nous essayons de nous pencher sur tout ce qui touche le client faisant partie de ces groupes et il est essentiel que nous comprenions et sachions ce qui est important pour chaque visiteur.



Puisque notre établissement est le plus grand centre des congrès du Nord de l'Ontario, attirer une clientèle d'affaires a été au cœur de ses préoccupations. Les gens qui viennent chez nous pour assister à des congrès et à des réunions réservent aussi des chambres, font des réservations pour les repas, et souvent, ils consultent nos offres concernant le spa. Il est donc devenu tout naturel de mettre davantage l'accent sur les groupes d'affaires. Lorsque nous avons commencé à accueillir des congrès entièrement canadiens ici, nous avons su que nos installations sont de premier plan pour notre clientèle d'affaires. C'était clair que nos investissements en avaient valu la peine lorsque nous sommes devenus des concurrents de Toronto, de Vancouver, de Winnipeg, d'Ottawa, d'Halifax et de Kingston pour l'obtention de congrès.

Comment vous démarquez-vous en offrant une expérience de qualité?



Puisque notre ville compte un certain nombre d'hôtels, c'est un marché difficile. Il faut sans cesse s'améliorer pour demeurer concurrentiel et pour que les gens soient heureux. Afin de nous faire connaître pour nos services haut de gamme, nous devons les rendre un peu plus luxueux. Nous nous attardons à tous les aspects de la qualité, jusqu'aux petites choses offertes dans les chambres. Nous cherchons sans cesse de nouvelles façons de rendre les chambres un peu plus confortables, ce qui va même jusqu'au

type d'oreillers et aux marques de matelas. Nous avons ajouté des cafetières Keurig, des appareils ménagers en acier inoxydable, de la literie de première qualité, toutes de petites choses permettant à un client de se sentir chez lui.

Parmi nos priorités, nous voulons fournir un service de qualité, des aliments de qualité et traiter chaque client comme un membre de la famille. Notre personnel est très courtois et attentionné envers notre clientèle. Nous voulons vraiment que les gens aient l'impression d'être chez eux ici.

Comment avez-vous mis en place une équipe solide qui fournit un service à la clientèle de qualité?

Nous avons une nouvelle valorisation de la marque, de superbes chambres, des installations modernisées, mais ce qui nous a vraiment mis sur la voie du succès, c'est le fait d'avoir les bonnes personnes dans les bons postes. Notre volonté que chaque personne vive une belle expérience, c'est le fondement de toutes les activités de nos employés et de notre équipe de gestion. Les gens qui aiment leur travail et croient vraiment en ce qu'ils offrent sur le marché ont toujours un rendement supérieur et donnent sans cesse un excellent service à la clientèle.



La formation adéquate du personnel de première ligne et du personnel d'arrière-scène fait partie de l'établissement d'une équipe solide d'employés. Nous formons notre personnel en travaillant avec lui sur place pour qu'il apprenne à donner une touche personnelle au service offert à chaque client. La même formation a lieu dans le restaurant, dans les salles de banquet, dans le secteur de l'entretien, de l'entretien ménager et à la réception. Nous nous attardons à informer et à former le personnel en lui donnant une reconnaissance et en communiquant avec lui pour qu'en retour, il sache communiquer avec les clients. Une bonne formation est synonyme d'uniformité, ce qui est important pour le service à la clientèle.

Quelle est l'importance de bons aliments et d'une cuisine bien gérée?

On peut rénover un immeuble pour lui donner une belle apparence, mais s'il n'y a rien d'invitant à l'intérieur, personne n'y séjournera. Nous avons investi massivement dans la cuisine afin d'améliorer la qualité de notre offre alimentaire et on y trouve maintenant l'équipement le plus moderne qui soit. Le restaurant est le seul coté Trois Diamants à Sault Ste. Marie. Son personnel

« Nous avons la nouvelle valorisation de la marque, de superbes chambres, des installations modernisées, mais ce qui nous a vraiment mis sur la voie du succès, c'est le fait d'avoir les bonnes personnes dans les bons postes. »

et ses serveurs sont excellents. Dans la cuisine, il faut un leadership solide afin de préparer un repas pour 550 personnes. Notre chef cuisinier est un meneur fantastique pour tous ses sous-chefs. Notre équipe peut préparer un repas mis en assiette pour 400 personnes en moins de 25 minutes. C'est aussi extrêmement important de compter sur un directeur des aliments et des boissons qui s'emploie à fournir des services alimentaires de qualité tout en étant un visage amical et serviable pour les clients.

Avez-vous constaté un rendement des investissements ayant servi à moderniser l'hôtel?

Auparavant, à certaines périodes de l'année, l'achalandage était faible, mais maintenant, les réservations sont plus constantes qu'avant. Nous avons pu combler ces écarts dans l'année où habituellement, peu de congrès se déroulaient et peu de gens se rendaient à Sault Ste. Marie. Une fréquentation continue simplifie la planification, de sorte que la planification simplifie l'exécution. Cela nous a permis de diminuer le temps de formation et nos employés ont un poste durant toute l'année.

Après nos investissements, nous avons constaté que nos clients sont plus heureux, que nous avons bien des clients réguliers et nous avons vu les résultats de notre marketing direct. Dans l'ensemble, notre établissement a plus de succès, tant du point de vue financier que sur le plan de la rentabilité.

Pour offrir une expérience de qualité, il faut s'appuyer sur ce qu'on a de mieux, être très réaliste par rapport à ses produits et services, faire sentir au personnel et aux visiteurs qu'ils sont importants pour soi, et veiller à présenter sur le marché la véritable expérience que vivront les visiteurs. En investissant dans votre établissement, vous verrez que vos clients sont plus heureux, ce qui se traduira par la rentabilité de votre organisation.

