



### **Elodie Roche, directrice d'exploitation de thalassos et Spa**

Après un Master de Lettres Modernes et un 3ème Cycle en Marketing, Communication, Management, j'intègre l'agence DDB Paris où je suis en charge de la Communication Après-Vente pour Audi France et gère des campagnes de marketing opérationnel et relationnel.

Passionnée de cosmétiques, j'ai une révélation une veille de Fête des Mères dans la file d'attente d'un Spa où j'achète un Coffret Cadeau. Voilà ce que je veux faire ! Tous les ingrédients sont réunis : le secteur du bien-être et de la beauté, la fibre commerciale, le sens de l'accueil et le relationnel client, le management d'équipe et de centre de profit. Après avoir transposé mes compétences marketing et communication dans l'univers du Spa, Espace Payot et Cinq Mondes, je quitte Paris pour Djerba et prends la direction opérationnelle du centre de l'Athénée Thalasso & Spa du Radisson Blu Palace Resort & Thalasso. De retour en France, je suis nommée Directrice d'Exploitation du centre Thalazur Bandol Thalassothérapie & Spa à l'hôtel Ile Rousse. L'ensemble du site a rouvert depuis quelques mois seulement après plus de 15M€ de travaux et 7 mois de fermeture totale. Je reconstruis toute l'équipe, opère des choix stratégiques en matière de marques partenaires et de structuration de l'offre de services. La satisfaction client est notre priorité et nos efforts sont récompensés en mars 2012 avec l'obtention du Prix du Meilleur Resort-Spa lors de la 4ème édition des Trophées de la clientèle Spa. Je quitte mon poste en avril 2013 pour une nouvelle aventure, d'ordre personnel cette fois.

### **RENCONTRE...**

**Spa-A :** Vous avez travaillé dans des établissements très variés. Quelles sont d'après vous les 3 qualités requises pour être une directrice de Spa à la fois performante et respectueuse de l'humain

**Elodie Roche :** Selon moi, une qualité est essentielle et peut se décliner sur 3 axes différents et complémentaires : l'Exigence. Tout d'abord en termes de recrutement pour s'entourer des meilleurs profils qui partageront des valeurs communes et un projet d'excellence. Ensuite, en termes de qualité au quotidien pour toujours optimiser le niveau de prestation, ne rien laisser au hasard. Enfin et bien sûr, quant à soi-même en tant que manager pour faire les bons choix stratégiques et être juste vis-à-vis de son équipe.

**Spa-A :** Sur quel levier vous appuyez-vous pour obtenir un niveau de qualité dans votre Spa ?

**Elodie Roche :** Le meilleur levier est le management d'équipe pour fédérer ses collaborateurs autour de valeurs partagées et d'un projet commun. Le manager est un chef d'orchestre qui donne le ton dès l'entretien de recrutement et qui entretient la motivation de son équipe au quotidien par de l'échange et des retours factuels chiffrés sur l'activité et le niveau de satisfaction de la clientèle. Un bon niveau de communication est donc indispensable.

**Spa-A :** Avez-vous recours à des organismes extérieurs pour maintenir la qualité. Dans quels domaines ? Et comment intégrez-vous cela en interne auprès de votre équipe ?

**Elodie Roche :** Le groupe Thalazur travaille avec Tourisme & Qualité pour ses visites clients mystères, des audits complets selon une grille d'évaluation répondant à des critères variés : prise en charge à la réservation, à l'arrivée sur site, en soin... Chaque passage de client mystère faisait l'objet d'un débriefing d'équipe et nous permettait de souligner les points positifs et les points d'optimisation. C'était donc à la fois un levier de motivation récompensant les bonnes pratiques et un outil factuel sur lequel s'appuyer pour mettre en place des actions correctives.

De même pour le questionnaire de satisfaction envoyé après chaque client. Il permet de centraliser des appréciations importantes et d'avoir un retour régulier sur le niveau des prestations. Le manager peut ainsi partager très régulièrement de l'information avec son équipe.

**Spa-A** : A quoi un label peut servir dans un Spa ?

**Elodie Roche** : L'obtention d'un label repose nécessairement sur des critères précis. L'ensemble de ces critères représente donc une charte qualité garantissant le niveau de prestation si elle est respectée. C'est un cadre fournissant des repères essentiels quant au niveau de prestation à fournir pour un manager et son équipe. Un label reconnu peut également représenter une garantie, une caution qualitative pour le client et devient alors un argument commercial permettant de faire la différence.