



Isabelle Bouteville, directrice & associée chez Excel Place

Formation : Vatel Paris, sortie major de promotion et obtention du Diplôme Européen de Gestion en 1996

Parcours : Forte de ses précédentes expériences dans des Palaces londoniens et parisiens tels que le Savoy, Le Claridge's, l'Hôtel de Crillon, le Trianon Palace ou l'Hôtel George V, Isabelle reprend la société Excel Place - experts de la qualité dans l'hôtellerie-restauration et les Spas. Depuis 10 ans, Isabelle et ses équipes aident les professionnels soucieux de la qualité grâce à la mise en place de formation des équipes, de missions de client mystère et du déploiement de View Up outil d'enquête

de satisfaction par internet.

RENCONTRE...

Spa-A : Citez 3 des leviers principaux d'évaluation de la qualité dans un Spa.

Isabelle B : Mettre l'Humain au cœur de la qualité de service est la première préoccupation d'Excel Place et c'est donc autour de cette philosophie que doivent s'articuler les différents leviers de l'évaluation de la qualité.

Par Humain, j'entends tous les acteurs qui interviennent dans le processus de la qualité : le Client, le Collaborateur et la Direction de l'établissement.

La Direction doit, dans un premier temps, déterminer la philosophie de son établissement et la ligne de conduite qu'elle souhaite voir suivre par le Spa et ses collaborateurs. Cette première étape passe par la création de process très concrets qui permettent à l'établissement d'harmoniser ses prestations, de véhiculer une image qui lui est propre et de garantir un fonctionnement optimal du Spa au quotidien.

Les collaborateurs représentent l'établissement et font sa réputation auprès des clients. C'est pourquoi il est très important de leur apporter le soutien et l'expertise nécessaire pour faire d'eux des professionnels aguerris et motivés. C'est dans ce cadre qu'intervient la formation afin d'améliorer leurs compétences et de parfaire leur connaissance du métier. Former les collaborateurs tant sur l'aspect métier que sur la prise en charge du client, c'est leur apporter les meilleurs outils pour créer une dynamique proactive et efficace. Une prestation de service parfaitement réalisée par un collaborateur, c'est l'assurance d'un client satisfait et fidélisé.

Le dernier levier, qui est en somme le plus important dans le cycle de la qualité, est le client. C'est pour lui que nous délivrons une prestation et c'est lui qui est le cœur de nos métiers. Ainsi, il est impératif de mesurer la satisfaction de nos clients à travers des outils concrets comme la diffusion de questionnaires de satisfaction. Cet outil de mesure permet de recueillir les avis des clients et aussi d'évaluer le bien-être des collaborateurs sur leur lieu de travail (baromètre de climat social) afin de mettre en place les actions correctives qui s'imposent.

Il est aussi important d'avoir une vision objective de la qualité perçue par la clientèle, qui n'est pas toujours en phase avec la qualité souhaitée. Pour cela, une politique d'évaluation objective de la qualité peut être mise en place à travers des audits qualité sous forme de visites mystères inopinées. La visite mystère permet d'avoir un retour objectif et professionnel sur la qualité de l'accueil en Spa, le protocole de soin, la qualité des installations... tout en bénéficiant des conseils de professionnels du bien-être.

Spa-A : Dans votre accompagnement de la qualité pour un Spa, vous impliquez-vous dans « l'historique » et dans le suivi ?

Isabelle B : La qualité est un cercle vertueux qu'il ne faut pas briser si l'on souhaite maintenir la qualité de ses prestations ainsi que de la renommée d'un établissement. C'est un travail de tous les instants où chaque Spa est unique, avec une identité propre dont les valeurs doivent être portées haut et fort.

Ainsi, il est important de s'intéresser à l'historique d'un établissement pour mieux comprendre sa philosophie actuelle et l'intégrer dans sa démarche qualité. L'implication peut passer par l'audit des processus de la qualité déjà mis en place dans le Spa, par la compréhension des désirs de la Direction ou encore par la mise en place de nouveaux procédés afin de palier les difficultés rencontrées auparavant.

Le suivi intervient en continu et constitue le ciment du projet qualité. C'est l'élément qui permet de rectifier ou d'améliorer le standard établi pour délivrer une prestation ou effectuer un geste au quotidien.

Spa-A : Pensez-vous qu'un label soit véritablement un outil de croissance pour un Spa ? Quels seraient les autres bénéfices du label ?

Isabelle B : Historiquement organisme de certification, Excel Place est naturellement très sensible à l'importance d'un label. C'est aujourd'hui le meilleur moyen pour un Spa, quelle que soit sa taille, de bénéficier d'une validation officielle et indépendante permettant de valoriser son offre. Le label est un parfait repère pour garantir un produit ou une démarche qualité. L'objectif étant que la promesse faite au client soit au rendez-vous et que le client passe un agréable moment dans un Spa.

L'adhésion à un label peut en effet être un outil de croissance pour un Spa dans la mesure où il lui offre une visibilité dont il ne pouvait potentiellement pas bénéficier seul (on pense notamment aux petits Spas urbains qui peuvent souffrir d'un manque de visibilité malgré la grande qualité de leurs prestations). Le Spa, en possédant un label, intègre une famille qui permet une réelle identification de la part du client. Ce dernier va être plus enclin à choisir un établissement dont il reconnaît un label, outil sécurisant de qualité de service délivrée et finalement perçue.

La croissance pour le Spa ne se situe pas seulement dans l'attractivité vis-à-vis de la clientèle, c'est aussi un excellent moyen pour chaque établissement de répondre à des normes et à des exigences propres à son domaine d'activités. Répondre aux exigences légales ainsi qu'à celles de la clientèle actuelle permet aussi de maintenir et de garantir un niveau de qualité à échelle nationale. Les labels organisent aussi des rencontres conviviales ainsi que des ateliers pour leurs Membres permettant à chacun d'échanger avec des professionnels sur la réalité terrain des métiers du bien-être. Ainsi, les établissements peuvent bénéficier des conseils objectifs de professionnels aguerris, soucieux comme eux, de faire de leur Spa des références dans le monde du bien-être.

La croissance, grâce à l'adhésion à un label, se situe alors à plusieurs niveaux :

- Augmentation de la visibilité
- Croissance du chiffre d'affaires
- Émulation intellectuelle
- Reconnaissance de ses pairs et de la clientèle