

La prise en charge et la satisfaction du client

Thème 1- Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration

Thème 4 - Les produits et services supports de la création de valeur

Le scénario proposé est associé à deux questions du programme :

- Comment les établissements prennent-ils en charge le client ?
- Comment choisir les produits et services entrants dans la production de service (servuction) ?

Finalité et mise en œuvre du scénario

La séquence a pour but de permettre à l'élève de découvrir que le client est au cœur de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration et que les produits et services associés à la production de service (servuction) contribuent à sa satisfaction. Le travail de groupe proposé doit permettre aux élèves, en fin de séquence, d'apporter des éléments de réponse aux deux questions posées. Cette séquence ne traite qu'une partie des produits et services (les produits de bar). On pourra répondre aux questions en choisissant, en complément, d'autres produits ou services (ex : les vins).

Au cours des séances, deux capacités sont développées :

- Faire le lien entre les attentes du client, la qualité de sa prise en charge et son degré de satisfaction
- Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar

Cette séquence doit permettre à l'élève de caractériser les produits utilisés au bar pour répondre aux attentes du client. À partir d'une mise en situation de production de service au bar ou au restaurant pédagogique, l'élève doit faire la relation entre les attentes du client, sa prise en charge et son degré de satisfaction. Il est indispensable de replacer dans un contexte toute prestation de service dont la finalité est la satisfaction du client.

La séquence proposée s'articule autour de plusieurs activités : la connaissance des produits du bar (on fera ici le lien avec l'enseignement scientifique alimentation-environnement), la recherche des besoins du client, la production de service et la mesure de satisfaction du client.

Extraits du programme

Thème 1 – Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie – restauration

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment les établissements prennent-ils en charge le client ?	Faire le lien entre les attentes du client et la nature de sa prise en charge. T	La relation entre les attentes, la prise en charge du client et son degré de satisfaction. La mesure de satisfaction du client : les outils de mesure.	Ces notions pourront être appréhendées à travers des expériences de production de services qui donneront lieu à la mise en œuvre d'outils destinés à apprécier la satisfaction du client (questionnaire direct du client, questionnaire de satisfaction, visite d'un client mystère ...). Cette démarche permettra une analyse et la mise en œuvre d'actions correctrices notamment durant une prestation de services à l'hôtel et/ou au restaurant pédagogique <i>⇒ Il conviendra ici de faire le lien avec l'enseignement de l'économie et gestion hôtelière.</i>

Thème 4 – Les produits et services supports de la création de valeur

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment choisir les produits et services entrants dans la production de services (servuction).	Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar. T	Les produits de bar : - qualités organoleptiques - principes généraux d'élaboration ; - classification ; - origine géographique ; - coût d'achat. La réglementation des débits de boissons	À partir d'analyses sensorielles (en privilégiant les produits régionaux ou servis au bar pédagogique), on s'attachera à mettre en valeur : - les qualités organoleptiques des principaux produits du bar (un produit par famille) ; - les principes généraux d'élaboration (en se limitant aux principes de la distillation, du mutage et de la macération) ; - les classifications des produits de bar (ABA, ABV, liqueurs, eaux de vie, BRSA, boissons chaudes). On profitera de l'étude des produits de bar pour établir le lien entre les groupes de boissons et les licences.

Présentation de la séquence

Public	Classe terminale (Groupe à effectif réduit)
Place dans le programme	Thème 1 – Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie – restauration. Thème 4 – Les produits et services associés et les services commercialisés en hôtellerie- restauration.
Durée indicative de la séquence	1 séquence de 6 heures découpée en 3 séances de 2 h.
Pré-requis	Le parcours client : quels enjeux ? (classe de seconde). Comment le service peut-il contribuer à créer de la valeur ? (classe de seconde). Comment valoriser les services en hôtellerie restauration ? (classe terminale). Comment les produits peuvent-ils être mis au service de la création de valeur ? (classe de seconde). Les étapes d'élaboration (classe de première).
Capacités visées	- Faire le lien entre les attentes du client, la qualité de sa prise en charge et son degré de satisfaction (en réinvestissant les capacités et notions vues lors de séances précédentes). - Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar.
Contexte	Séances 1 et 2 dans une salle équipée de matériel et mobilier adaptés (salle d'analyse sensorielle, restaurant pédagogique...). Séance 3 au bar ou au restaurant pédagogique.
Supports exploités	Grille d'analyse sensorielle. Outils numériques (caméra, ordinateur, smartphone, tablette...). Equipements et produits de bar. Ressources documentaires. La carte du bar.

Déroulement de la séquence

Séance 1

Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar
Les produits de bar :
Principes généraux d'élaboration

Analyser :

- un vin de liqueur ;
- une eau de vie ;
- une liqueur.

Séance 2

Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar
Classification des produits de bar en famille
Origine géographique des produits de bar
Coût d'achat des produits de bar
La réglementation des débits de boissons (groupes et licences)

Séance 3

La relation entre les attentes, la prise en charge du client et son degré de satisfaction.
La mesure de la satisfaction du client : les outils de mesure

Activité : prise de commande, production et service d'un apéritif à un couple de clients au bar du restaurant d'application ou au restaurant d'application. Synthèse. Conceptualisation. Mesure de la satisfaction.

DÉVELOPPEMENT DES SÉANCES

Séance 1

Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar
Les produits de bar :
Principes généraux d'élaboration

Durée	2 heures
Contexte	Salles adaptées (salle d'analyse sensorielle, salle de restaurant...). Les recherches internet s'effectueront à partir d'outils numériques nomades connectés personnels ou mis à disposition par l'établissement.
Capacités visées	Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar.
Notions et objets d'enseignement	Les produits de bar : Principes généraux d'élaboration.
Supports exploités	Fiche d'analyse sensorielle (<i>annexe 1</i>).
Organisation	<u>Activité 1</u> : En binôme, à partir de la dégustation de trois échantillons de produits de bar fournis par le professeur, les élèves complètent la fiche d'analyse sensorielle. <u>Activité 2</u> : Chaque binôme présente oralement les résultats de son analyse sensorielle. Les résultats sont notés au tableau. <u>Activité 3</u> : synthèse des résultats obtenus et mise en exergue des principes de macération, distillation et mutage. <u>Activité 4</u> : recherche sur internet des principes généraux de la macération, la distillation et le mutage. Recherche d'étiquettes de produits correspondant aux différents principes d'élaboration (<i>annexe 2</i>). <u>Activité 5</u> : rédaction en commun d'un document synthétique reprenant les principes généraux de la macération, la distillation et le mutage à partir des exemples d'étiquettes.
Synthèse	On invite les élèves à apporter des éléments de réponse à la question : <i>En quoi les modes d'élaboration des produits de bar ont une influence sur leurs caractéristiques ?</i>

Séance 2

Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar :

Classification des produits de bar en famille

Origine géographique des produits de bar

Coût d'achat des produits de bar

La réglementation des débits de boissons (groupes et licences)

Durée	2 heures
Contexte	Salles adaptées (salle d'analyse sensorielle, salle de restaurant...). Les recherches internet s'effectueront à partir d'outils numériques nomades connectés personnels ou mis à disposition par l'établissement.
Capacités visées	Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar.
Notions et objets d'enseignement	Les produits de bar : Qualités organoleptiques - Classification - Origine géographique - Coût d'achat – Réglementation.
Supports exploités	Fiches d'analyse sensorielle (<i>annexe 3</i>).
Organisation	<u>Activité 1 :</u> À partir de la dégustation d'un échantillon de produits de bar par famille, fourni par le professeur, les élèves complètent la fiche d'analyse sensorielle. <u>Activité 2 :</u> Les élèves présentent oralement les résultats de leur analyse sensorielle. <u>Activité 3 :</u> synthèse des résultats obtenus et mise en avant de la classification des produits de bar en fonction de leur composition. <u>Activité 4 :</u> compléter en commun un document (<i>annexe 4</i>) présentant les différentes familles de produits de bar et les éléments qui les caractérisent (origine géographique, coût d'achat, principaux composants et réglementation).
Synthèse	On invite les élèves à apporter des éléments de réponse à la question : <i>Comment les principaux composants des produits de bar ont une incidence sur leur classification ?</i>

Séance 3

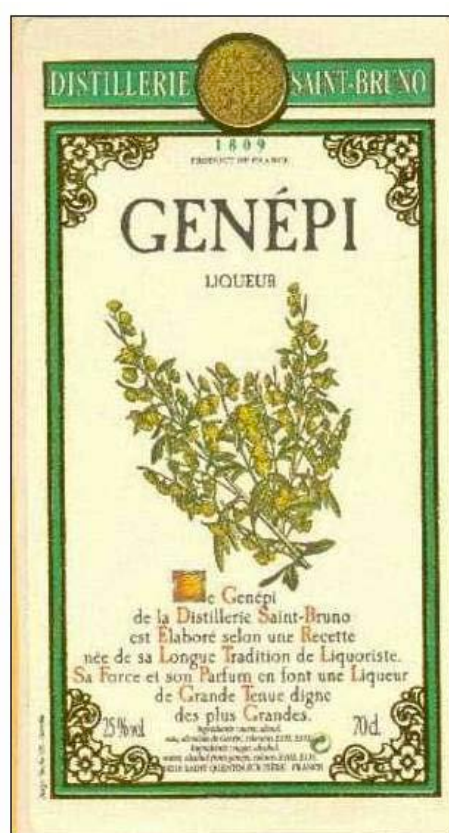
La relation entre les attentes, la prise en charge du client et son degré de satisfaction.
Les outils de mesure de la satisfaction du client (par le questionnement oral)

Durée	2 heures
Contexte	Bar ou restaurant d'application.
Capacités visées	Faire le lien entre les attentes du client, la qualité de sa prise en charge et son degré de satisfaction.
Notions et objets d'enseignement	La relation entre les attentes, la prise en charge du client et son degré de satisfaction. La mesure de satisfaction du client.
Support exploité	Fiche d'évaluation du jeu de rôle (<i>annexe 5</i>).
Organisation	<u>Activité 1</u> : Après la présentation du jeu de rôle attendu (<i>annexe 6</i>), les élèves se mettent en scène en fonction des rôles affectés à chacun. Le reste du groupe analyse la scène. <u>Activité 2</u> : les observateurs font un compte rendu de leurs observations au niveau de : - la prise de commande ; - la réalisation de la commande ; - le service de la commande. Les remarques sont notées au tableau. <u>Activité 3</u> : à partir de la synthèse des observations, le groupe évalue la prestation et met en évidence la relation qui existe entre les attentes, la qualité de la prise en charge et la satisfaction du client.
Synthèse	On invite les élèves à apporter des éléments de réponse à la question : <i>Comment les établissements évaluent-ils la satisfaction des clients dans le cadre du service d'une prestation au bar ?</i>

Annexe 1

FICHE DE DÉGUSTATION :		
PHASE VISUELLE 	COULEUR	À définir :
PHASE OLFACTIVE 	ARÔMES	Fruité - Floral - Végétal - Minéral - Animal - Boisé - Chimique - Autres..... À définir :
PHASE GUSTATIVE 	SAVEUR/GOUT DOMINANTS	Salé-Sucré-Acide-Amer- Fruité - Floral - Végétal - Minéral - Animal - Boisé - Chimique - Autres..... À définir :

PLANCHE D'ÉTIQUETTES



Rweb73

www.delcampe.net



Annexe 3

FICHE DE DÉGUSTATION :		
PHASE VISUELLE 	COULEUR	À définir :
PHASE OLFACTIVE 	ARÔMES	Fruité - Floral - Végétal - Minéral - Animal - Boisé - Chimique - Autres..... À définir :
PHASE GUSTATIVE 	SAVEUR/GOUT DOMINANTS	Salé-Sucré-Acide-Amer- Fruité - Floral - Végétal - Minéral - Animal - Boisé - Chimique - Autres..... À définir :

Annexe 4

LES PRINCIPALES FAMILLES DE PRODUITS DE BAR

FAMILLES DE PRODUITS	EXEMPLES DE PRODUITS	EXEMPLES D'ORIGINE GEOGRAPHIQUE	COUT D'ACHAT MOYEN	PRINCIPAUX COMPOSANTS	GROUPE DE BOISSON	LICENCE
VERMOUTHS	- Martini - Noilly Prat - Lillet	→ Italie → Italie → France	→ 15,00 €/Litre → 15,00 €/Litre → 20,00 €/Litre	Vin blanc, alcool, plantes aromatiques, sucre	3ème	Licence III
ANISÉS	- Ricard - Pastis 51 - Ouzo	→ France → France → Grèce	→ 20,00 €/Litre → 20,00 €/Litre → 24,00 €/Litre	Alcool, essence de badiane, plantes aromatiques	4ème	Licence IV
BITTERS	- Campari - Amer Picon - Angostura Bitter	→ Italie → France → France	→ 20,00 €/Litre → 12,00 €/Litre → 17,00 €/Flacon 20cl	Alcool, substances végétales amères, sucre	4ème	Licence IV
GENTIANES	- Suze - Avèze - Salers	→ France → France → France	→ 10,00 €/Litre → 12,00 €/Litre → 12,00 €/Litre	Alcool, racines de gentiane, plantes aromatiques	3ème	Licence III
VINS DOUX NATURELS	- Muscat de Rivesaltes - Rasteau - Muscat de Samos	→ France → France → Grèce	→ 10,00 €/Litre → 15,00 €/Litre → 10,00 €/Litre	Vin, eau de vie	3ème	Licence III
VINS DE LIQUEUR	- Ratafia de Champagne - Porto - Xéres	→ France → Portugal → Espagne	→ 15,00 €/Litre → 15,00 €/Litre → 15,00 €/Litre	Vin, eau de vie	3ème	Licence III

EAUX DE VIE DE CÉREALES	- Whisky - Gin - Vodka	→Ecosse, Irlande, Etat Unis... → Pays Bas, Angleterre... → Pologne, Russie, Finlande	→ 15,00 €/Litre → 15,00 €/Litre → 15,00 €/Litre	Bouillie de céréales fermentée et distillées	4ème	Licence IV
EAUX DE VIE DE PLANTES	- Rhum - Téquila	→ France, Cuba → Mexique	→ 15,00 €/Litre → 20,00 €/Litre	→ Jus de canne à sucre fermenté et distillé → Pulpe de cactus fermentée et distillée	4ème	Licence IV
EAUX DE VIE DE MARC	- Marc de Champagne - Marc de Bourgogne - Marc de Lorraine	→ France → France → France	→ 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre	Marc distillés	4ème	Licence IV
EAUX DE VIE DE VIN	- Cognac - Armagnac	→ France → France	→ 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre	Vins blanc distillés	3ème	Licence III

FAMILLES DE PRODUITS	EXEMPLES DE PRODUITS	EXEMPLES D'ORIGINE GEOGRAPHIQUE	COUT D'ACHAT MOYEN	PRINCIPAUX COMPOSANTS	GROUPE DE BOISSON	LICENCE
EAU DE VIE DE FRUITS	- Calvados - Eau de vie de poire - Eau de vie de mirabelle	→ France → France, Suisse → France, Allemagne...	→ 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre	→ Cidre (jus de pommes fermenté) distillé → Jus de fruits distillés → Jus de fruits distillés	4ème	Licence IV
LIQUEURS ET CRÈMES	- Liqueurs de plantes (Izarra, Chartreuse...) - Liqueurs de fruits (Grand Marnier, Cointreau...)	→ France → France	→ 25,00 €/Litre → 25,00 €/Litre	Eau de vie, substances végétales, sucre (100 Gr minimum : liqueurs, 250 Gr minimum : crèmes 450 Gr minimum : crème de cassis)	3ème	Licence III
BIÈRES	- Kronembourg - Carlsberg - Guinness - Löwenbrau - Leffe	→ France → Danemark → Irlande → Allemagne → Belgique	→ 2,00 €/Litre → 3,00 €/Litre → 9,00 €/Litre → 4,00 €/Litre → 3,00 €/Litre	Eau, orge fermentée, houblon	4ème	Licence III

FAMILLES DE PRODUITS	EXEMPLES DE PRODUITS	EXEMPLES D'ORIGINE GEOGRAPHIQUE	COUT D'ACHAT MOYEN	PRINCIPAUX COMPOSANTS	GROUPE DE BOISSON	LICENCE
LES JUS DE FRUITS	- Jus d'orange - Jus de pomme - Jus d'ananas - Jus de pamplemousse	→ Très nombreux pays à travers le monde (France, Italie, Allemagne, Etats-Unis...)	→ 3,00 €/Litre → 3,00 €/Litre → 3,00 €/Litre	→ 100% fruits ou ajout d'eau, de sucre, purée de de fruits selon la variété	1er	Vente libre
LES SODAS	- Coca Cola - Schweppes - Orangina - Seven Up	→ Très nombreux pays à travers le monde (France, Italie, Allemagne, Etats-Unis ...)	→ 3,00 €/Litre → 3,00 €/Litre → 3,00 €/Litre → 3,00 €/Litre	Eau, sucre, substances aromatiques, colorants, gaz carbonique	1er	Vente libre
BOISSONS CHAUDES	- Café - Thé - Infusions - Chocolat	→ Très nombreux pays à travers le monde (France, Mexique, Ethiopie, inde, Chine...)	→ 20,00 €/Kilo → 25,00 €/Kilo → 20,00 €/Kilo → 20,00 €/Kilo	→ Grains de café torréfiés → Feuilles de thé fermentées → Plantes séchées (tilleul, verveine, menthe...) → Fèves de cacao fermentées et torréfiées	1er	Vente libre

Annexe 5

Fiche d'observation. Cochez le degré de réussite pour chacun des items et commentez.

				Commentaires
LE CLIENT (il n'y pas d'évaluation à porter sur le client, uniquement des observations) Quelle est la demande principale du client ? Apporte-t-il des précisions : - o de manière spontanée ? - o sur questionnement du barman ?				
LE BARMAN.		=		
Prise de contact - o Le barman présente-t-il la carte ? - o Propose-t-il une aide ? - o Questionne-t-il ? - o Prend-il des notes ? - o Reformule-t-il ?				
		=		
Prise en charge – Préparation de la commande - o Choix du produit - o Choix du conditionnement - o Qualité du service - o Présentation de la commande aux clients - Préséance - o Attribue la bonne boisson à la bonne personne				
		=		
Prise de congé - o S'est-on enquis de la satisfaction du client ? - o Immédiatement – A postériori ?				
		=		
Synthèse - o La prestation est-elle en conformité avec les besoins du client ? - o Peut-on identifier les éléments qui caractérisent la satisfaction du client ? - o Peut-on évaluer le degré de satisfaction du client ?				
Peut-on établir une relation entre la demande du client, sa prise en charge et son degré de satisfaction ?				

Annexe 6

JEUX DE RÔLE

SCÉNARIO BARMAN/BARMAID

Vous êtes responsable du bar du restaurant pédagogique de votre lycée. Vous accueillez un couple de clients qui viennent de s'installer dans votre établissement. Vous effectuez la prise de commande et le service de boissons commandées par ces clients.

SCÉNARIO CLIENTS

Votre choix de boissons se porte sur une eau de vie de fruits et sur une liqueur de fruits. En fonction des éventuelles questions du barman/barmaid, vous choisirez une eau de vie de poire et un Cointreau avec glace pilée.