



Avec des hôtels implantés dans 70 pays, la société a déployé une stratégie « penser à l'échelle mondiale, agir au niveau local » pour la gestion de ses programmes de service clientèle.



La clientèle mondiale de Hilton International est essentiellement constituée de grands voyageurs, à revenus élevés et ayant fait des études supérieures, qui exigent les plus hauts niveaux de qualité et de service. Afin de toujours répondre aux attentes de cette clientèle, qui pour la plupart parle anglais, la chaîne hôtelière a choisi l'anglais comme langue officielle et a mis en place une stratégie mondiale pour développer les compétences en langue anglaise de son personnel.

« Nous sommes convaincus que si nous respectons nos salariés et leur donnons le sentiment d'être uniques, ils feront l'effort supplémentaire de fournir un service exceptionnel à nos clients. Notre programme de formation en anglais est à la base de cette éthique. »

—John Guthrie,
Responsable du Développement du Management International pour
Hilton International

« Nos salariés qui sont en contact direct avec la clientèle communiquent quotidiennement avec nos clients en anglais. » explique John Guthrie, responsable du Développement du Management International pour Hilton International. « Nous attendons de nos cadres qu'ils gèrent une marque internationale et se conforment aux normes élevées de Hilton ; ceci exige une grande confiance en soi, qu'il s'agisse de l'expression écrite, orale ou de la compréhension orale en anglais. »

Mettre en place les meilleurs talents de l'hôtellerie

La promesse de la marque Hilton, « Hilton vous rend un peu de ce que la vie vous retire », s'engage à toujours apporter le niveau le plus élevé de service clientèle.

Une stratégie essentielle dans le respect de la promesse de la marque est d'attirer et de retenir les meilleurs talents de l'hôtellerie mondiale. Hilton International s'est démarquée de la concurrence en offrant des formations aux membres de ses équipes qui apprécient l'opportunité d'améliorer leurs compétences en anglais. Des compétences adaptées en anglais engendrent également une meilleure mobilité, ce qui permet à la société de déployer des nouveaux produits plus rapidement et de normaliser l'excellence opérationnelle dans le monde entier.

« Ce que nous cherchons à réaliser n'est rien de moins que de remodeler la culture de notre entreprise afin de respecter la promesse de notre marque, en permanence et dans le monde entier. » déclare M. Guthrie. « Nous sommes convaincus que si nous respectons nos salariés et leur donnons le sentiment d'être uniques, ils feront l'effort supplémentaire de fournir un service exceptionnel à nos clients. Notre programme de formation en anglais est à la base de cette éthique. »

Secteur :
Hôtellerie

L'entreprise Hilton, dont la clientèle essentiellement anglophone exige un niveau de service et de qualité exceptionnel, avait besoin d'une stratégie à l'internationale permettant de consolider les compétences linguistiques en anglais professionnel de ses salariés et de faire honneur à l'image de marque de la chaîne hôtelière. Après avoir procédé à une évaluation minutieuse, la société Hilton a appliqué le programme GlobalEnglish Corporate Learning Service™ dans le monde entier. De nettes améliorations en matière de productivité et de performances ont été constatées.

L'approche

Hilton International a décidé que la formation à l'anglais en ligne était la meilleure solution. « Nous savions que notre réussite se fonderait sur un produit exceptionnel qui serait perçu comme non menaçant et convivial », explique Rosie Hollis, Vice-président des ressources humaines, Moyen-Orient / Asie-Pacifique pour Hilton International. « Une solution en ligne nous donnerait également l'opportunité de savoir quels salariés suivent la formation, ce qu'ils apprennent et l'impact démontrable sur leurs performances au sein de l'entreprise et dans tout le réseau. »

Hilton International poursuit les objectifs suivants dans son programme de formation en anglais :

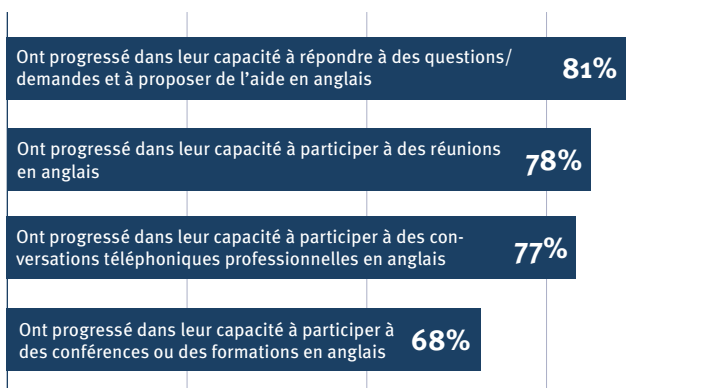
- Maximiser le potentiel de l'activité mondiale de Hilton en permettant aux employés à fort potentiel de contribuer à cette activité, sans tenir compte des frontières géographiques ;
- Soutenir l'effort de diversification du personnel Hilton et permettre à de plus en plus de ressortissants locaux de gérer ses hôtels ;
- Mettre en place un programme personnalisé d'apprentissage de l'anglais pour tenir compte des divers niveaux de compétences en anglais et maximiser l'investissement dans la formation, tout en amenant tous les participants à un niveau homogène dans le cadre du programme ;
- Créer des efficacités au sein de l'entreprise mondiale et maîtriser les coûts.

Après une étude minutieuse, Hilton International a choisi GlobalEnglish. « Le GlobalEnglish Corporate Learning Service propose de loin les meilleures fonctionnalités et la meilleure navigation. Il est extrêmement interactif et l'assistance est d'excellente qualité. Nous apprécions également que le service GlobalEnglish couvre toutes les compétences nécessaires en anglais : compréhension et expression écrites, ainsi que compréhension et expression orales », a ajouté Guthrie.

Les résultats

Hilton International a obtenu d'excellents résultats avec le programme GlobalEnglish. Après moins d'un an d'utilisation du GlobalEnglish Corporate Learning Service™, 92 % des étudiants ont déclaré avoir déjà mis en application dans leur travail ce qu'ils avaient appris.

La majorité des étudiants Hilton International ont aussi déclaré une amélioration de leurs performances professionnelles. Au total, 71% des salariés Hilton International ont gagné plus d'une heure par semaine grâce à leurs progrès en anglais :



Les responsables ont également déclaré que les salariés utilisant le service GlobalEnglish avaient amélioré leur performance dans les domaines clés suivants :

- Interactions avec les clients
- Négociations
- Interactions avec l'équipe de direction
- Participation à des réunions
- Lecture et rédaction de courriers électroniques
- Conversations téléphoniques

« La société GlobalEnglish Corporation est un prestataire unique d'apprentissage électronique : elle a parfaitement compris les enjeux d'une entreprise mondiale et elle fournit des solutions qui nous aident à faire progresser notre équipe, notre culture et, finalement, notre avantage concurrentiel », explique M. Guthrie.