

*Le Luxe, ce n'est pas le contraire de  
la pauvreté mais celui de la vulgarité.  
- Coco Chanel -*



LUXURY  
TRAINING & COACHING



passerelle  
CONSEIL.



*Expert en qualité de service...*



## Nos Objectifs

## Our Objectives

- **DÉVELOPPER** la qualité de service dans le secteur du luxe.
  - **VALORISER** les métiers liés au secteur du luxe au Maroc.
  - **GARANTIR** les standards de qualité des marques de luxe.
  - **PROMOUVOIR ET REHAUSSER** le niveau de qualification des ressources humaines dans le secteur du luxe au Maroc.
  - **RENFORCER** la compétitivité de ce secteur économique.
- 
- **DEVELOP** *quality of service in the luxury sector.*
  - Give **ADDED VALUE** *to the jobs on the Moroccan luxury market.*
  - *Make the skills of the luxury brand representatives a reflection of the **QUALITY STANDARDS** of luxury brands.*
  - **PROMOTE AND UPGRADE** *the levels of qualification of human resources in the Moroccan luxury sector.*
  - **REINFORCE** *the competitiveness of this branch of industry.*



# Expertise



## Notre Vocation

## Our Vocation

Dans toute activité au contact de la clientèle, le Service et l'Accueil sont devenus des éléments indispensables et incontournables dans le processus de conquête, de satisfaction et de fidélisation. Or la qualité de service, considérée par le client comme essentielle est souvent le maillon faible.

**Une très bonne connaissance du marché marocain et de l'univers du luxe vous garantissent l'excellence de nos résultats.**

**Notre vocation est d'accompagner vos équipes afin que la notion de service devienne une question d'attitude ... une seconde nature !**

**Cette attitude doit être cohérente avec votre image de marque.**

*In all activities where customer contact is involved, **Service and Welcome are both essential and indispensable parts** of the process of winning over the customer and then obtaining satisfaction and customer loyalty,... however the customer often considers the Service to be the weakest link in the chain.*

**A very good knowledge of the Moroccan market and the world of luxury guarantee the excellence of our results.**

**Our vocation is to train your employees so that the idea of service becomes a question of attitude, a second nature!**

**This attitude must be in line with your brand image.**

# Luxe



## Le Concept Passerelle Conseil

*Rejoignez un cercle de privilégiés et confiez nous la formation des hommes et des femmes qui constituent votre Capital Humain.*

**Le luxe se porte à merveille au Maroc. Les enseignes prestigieuses se multiplient, soutenues par l'intérêt grandissant d'une clientèle exigeante.**

**Comment répondre à cet intérêt ?**

**Comment développer la qualité de service dans l'univers du Luxe ?**

- L'optimisation de ce capital humain est aujourd'hui un enjeu essentiel. Seules les entreprises qui auront compris l'importance de l'Accueil, du Service et du Conseil pourront se développer dans l'univers du Luxe.
- Les enjeux économiques liés au luxe nécessitent de privilégier cette clientèle très sollicitée. Il est très aisé de contrôler tous les investissements marketing ... pour susciter l'envie mais il est plus difficile de maîtriser la relation client.

Or, au delà du produit, le véritable capital des enseignes qui vendent du Luxe est représenté par **LES HOMMES ET LES FEMMES QUI ACCUEILLEN**,  
**SERVENT ET FIDÉLISENT LES CLIENTS.**

# Conseil



## The Passerelle Conseil Concept

*Join a privileged group of companies and trust us to train the men and women who are your human assets*

**The luxury industry is thriving in Morocco. More and more major luxury brands are present and are supported by the needs of a growing demanding customer base.**

***How can we meet these demands?***

***How can we develop quality of service in the luxury world?***

- *Optimising human resources has become a major challenge. Only companies which understand the importance of the Welcome, the Service and Advice have a chance of succeeding in the world of Luxury.*
- *The economic stakes related to the luxury market make it necessary to focus on this much sought after customer base. It is easy to master all the marketing investments needed to stimulate the need to buy, but it is much harder to master customer relationships.*

*Beyond the product, the true assets of luxury brands are **THE MEN AND WOMEN WHO WELCOME, SERVE AND DEVELOP THE CUSTOMERS LOYALTY.***

# Advise





## Notre Approche

## Our Approach

Notre stratégie est de **privilégier la mise en place de solutions concrètes, efficaces et adaptées à votre enseigne** pour optimiser vos performances.

**Nos modules sont réalisés sur mesure**, en fonction de vos besoins. Cette approche personnalisée nous permet de développer des séminaires « à la carte » en totale harmonie avec votre marque.

**Nos experts, tous coachs certifiés, accompagnent votre force de vente sur le terrain et mettent en place des procédures d'apprentissage et de suivi permanents.**

L'accueil et l'assistance à la clientèle, le discours de l'accueil et de la vente, la conquête de nouveaux clients et la fidélisation, le savoir-vivre ... n'auront plus de secret pour les ambassadeurs de votre marque !

*Our strategy is to privilege the implementation of real, efficient solutions adapted to your brand in order to optimise your performances.*

*Our modules are made to measure depending on your needs. This personalised approach makes it possible for us to create «tailor made» seminars in complete harmony with your brand.*

*Our experts are all certified coaches, they will follow your sales force in the field and set up permanent teaching and monitoring procedures.*

*Customer welcome and assistance, the welcoming words and the sale, winning new customers and making them loyal, «savoir-vivre» ... will no longer be a secret for your brand's ambassadors!*





## NOS ACTIONS COACHING



Accueil

### L'ACCUEIL DANS LE SECTEUR DU LUXE

- 1 **ACCUEILLIR ET RECEVOIR** dans un établissement de luxe : comment être le meilleur ambassadeur de son entreprise et établir une relation privilégiée avec la clientèle.
- 2 **LE SAVOIR-VIVRE** : comment évoluer avec élégance et tact dans l'univers du luxe.
- 3 **LA GESTION DES SITUATIONS DÉLICATES** : comment dénouer les tensions éventuelles et répondre aux réclamations.

Vente

### LA VENTE DANS LE SECTEUR DU LUXE

- 1 **MANAGER** une équipe de vente : comment devenir un véritable « coach » pour son équipe et s'approprier les outils nécessaires pour piloter l'activité de sa boutique.
- 2 **L'ART DE VENDRE DU LUXE** : comment dérouler une vente, adopter un comportement professionnel, résister aux demandes de discount et gagner une vente additionnelle.
- 3 **LE SAVOIR-ÊTRE** : comment adopter la bonne attitude dans la relation client.



## OUR COACHING A C T I O N



Welcome

### WELCOMING CUSTOMERS ON THE LUXURY MARKET

- 1 **WELCOMING AND HOSTING** in a luxury establishment: how to best represent your company and initiate a special relationship with customers.
- 2 **«SAVOIR-VIVRE»**: behaving elegantly and tactfully in the world of luxury.
- 3 **MANAGING DELICATE SITUATIONS**: how to defuse tense situations and reply to complaints.

Sell

### SELLING ON THE LUXURY MARKET

- 1 **MANAGING** a sales team: how to become a true coach for your team and master the tools needed to control your shop's activity.
- 2 **THE ART OF SELLING LUXURY**: how to conduct a sale, behave professionally, resist requests for discounts and make an extra sale.
- 3 **«SAVOIR-ÊTRE»**: how to have the right attitude in customer relations.



## Nos références

Parfumerie  
Bijouterie - Joaillerie  
Mode  
Maroquinerie  
Automobile de luxe  
Décoration et Design  
Epicerie fine  
Hotellerie de luxe

## Our references

Perfume shops  
Jewellers  
Fashion shops  
Leather goods stores  
Luxury cars  
Decoration and Design  
Delicatessen  
Luxury Hotels



passerelle  
CONSEIL

44, Boulevard Al Massira Al Khadra - 20100 Casablanca  
Tel/Fax :+212 522 36 44 77 - Mobile : +212 661 45 32 25

[www.coaching-luxury.com](http://www.coaching-luxury.com)  
[o.liner@coaching-luxury.com](mailto:o.liner@coaching-luxury.com)