

Manager opérationnel en hôtellerie de luxe

RNCP39241 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	334p
Formacode(s)	42766
Code(s) ROME	G1802, G1503, G1401, G1402, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/06/2024
Date d'échéance	27/06/2027

Certificateur(s)

LUXURY HOTELSCHOOL PARIS · SIRET : 39103248900018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager opérationnel en hôtellerie de luxe

dispose, d'une part, des compétences managériales et opérationnelles nécessaires à manager au quotidien les collaborateurs d'un service en hôtellerie de luxe et, d'autre part, des compétences stratégiques contribuant à l'activité et à la performance de l'établissement hôtelier dans lequel il exerce.

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en œuvre d'un style de management au sein d'un service opérationnel.

Contribuer au recrutement et intégrer le personnel dans un service opérationnel.

Accroître la performance et la satisfaction des équipes opérationnelles.

Mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise dans le marketing opérationnel du luxe.

Développer ou adapter le produit de service hôtelier premium.

Déployer la politique commerciale du parcours client.

Diriger les opérations d'un service dans une démarche qualité.

Évaluer la qualité de gestion du projet et mise en place de l'amélioration continue.

Diriger les opérations financières de son département.

Suivre et contrôler la performance de son département.

Analyser l'industrie de l'évènementiel.

Planifier un évènement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Appliquer un style de management selon la culture de l'entreprise et les objectifs « des différents services » définis par la direction et l'adapter en tenant compte des spécificités multiculturelles, intergénérationnelles, d'inclusion, des besoins spécifiques de ses collaborateurs et en sollicitant les compétences de ses collaborateurs pour développer la réactivité, responsabiliser, inspirer et motiver les membres de son équipe pour répondre aux attendus de l'entreprise.

Gérer les conflits en adoptant les techniques de résolution de problèmes afin de maintenir un climat socioprofessionnel propice à l'amélioration des conditions de travail et à une meilleure qualité de vie au travail.

Identifier les besoins en recrutement à transmettre au service dédié (RH ou recrutement), les exprimer en missions / tâches selon les valeurs de l'hôtellerie de luxe et fixer les critères de sélection en prenant en compte l'inclusion, afin de fiabiliser et de créer une équité dans le recrutement des collaborateurs.

Intégrer des salariés dans le service y compris les salariés en situation de handicap en adaptant l'espace de travail à

leurs besoins spécifiques le cas échéant, selon les conditions et les modalités d'accueil propres à l'entreprise et en utilisant les outils mis à disposition par les services dédiés (RH, recrutement) afin d'assurer une meilleure prise de fonction et leur permettre de devenir des membres à part entière de l'équipe.

Sur la base des recommandations du département des ressources humaines, mettre en œuvre les moyens tels que les réunions d'équipe, les débriefings, les procédures ou toute autre initiative et outils mis à disposition par l'entreprise, en étant attentif aux besoins des équipes et en étant force de proposition créative afin de fidéliser le personnel dans son service.

Suivre l'évolution du salarié en menant des évaluations périodiques sur la base des outils mis à disposition par l'entreprise, en prenant en compte les spécificités liées au handicap afin de développer la montée en compétence des équipes.

Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe, y compris les personnes en situation de handicap, en organisant l'animation de sessions de formation, d'information et toute autre activité pour permettre aux salariés de mener à bien leurs missions, tout en les accompagnant dans leur évolution professionnelle.

Assurer la veille marketing en utilisant des outils d'analyse permettant de déterminer les capacités internes et externes de l'entreprise et les facteurs clés du succès, y compris les impératifs environnementaux (identification d'un nouveau segment de clientèle, des actions marketing pour les différentes typologies de clientèles...) pour contribuer à la mise en place du plan d'action du marketing opérationnel.

Réaliser une veille sur l'innovation technologique en recherchant les nouveautés qui répondent aux nouvelles tendances de consommation et l'évolution des besoins des clients, afin d'établir un cahier des charges et faire évoluer le produit par rapport à la demande du marché.

Réaliser un marketing mix en analysant les différents axes (prix, produit, promotion, place) afin de mieux positionner son service haut de gamme qui réponde aux besoins du marché du luxe, en incluant les impératifs RSE, d'inclusion et d'éco-responsabilité.

Analyser les étapes du parcours client à haut revenu en comparant les habitudes et attentes des clients avec les services offerts par l'établissement pour préconiser des actions d'amélioration de l'expérience client.

Promouvoir le programme de fidélisation de la marque ou de l'hôtel en faisant notamment contribuer les clients à la communication numérique, afin qu'ils soient des relais de croissance et renouvellent leur acte d'achat.

Mesurer la gestion de la qualité au sein du service opérationnel en réalisant des enquêtes permettant d'obtenir des informations qualitatives et quantitatives sur le produit et l'offre, afin d'élaborer des plans d'actions correctives et répondre aux orientations stratégiques de l'organisation.

Bâtir un plan d'amélioration continue adapté aux codes de l'univers du luxe, en impliquant l'ensemble du personnel, par la mise en place d'outils et de techniques en adéquation avec la culture, les valeurs, la stratégie et les orientations de développement de l'organisation, afin d'augmenter le rendement et l'efficacité de son département par le suivi et le déploiement de processus.

Gérer le temps et l'organisation du travail de son équipe en utilisant les outils de gestion des tâches, de planification, de communication et de suivi, en fonction des contraintes du service afin d'assurer un fonctionnement optimum répondant aux standards de qualité.

Concevoir les outils de gestion des risques en définissant les indicateurs de contrôle et de mesure de performances en vue de bâtir des plans d'amélioration, réduire le taux d'échec, accroître la satisfaction client et garantir la qualité des services.

Construire le PCA (Plan de Continuité d'Activité) au niveau du service en élaborant des propositions adaptées, permettant le déclenchement rapide et efficace des procédures, afin de pérenniser l'activité de l'entreprise en situation d'urgence.

Élaborer des prévisions de ventes mensuelles et annuelles en tenant compte des spécificités opérationnelles en vue de réévaluer régulièrement, sur la base des éléments du marché, la performance du département au travers des décisions stratégiques.

Budgétiser le fonctionnement de son département opérationnel grâce aux prévisions du chiffre d'affaires, des coûts de production et d'exploitation par rapport au N-1 pour définir les objectifs en termes de chiffre d'affaires.

Analyser les KPI (indicateurs de performance) de son département par rapport à ses objectifs en identifiant les variations et en les mesurant par rapport aux années précédentes (N et N-1) et à la concurrence afin d'évaluer la performance de son département.

Analyser l'évolution de son activité par rapport à son budget en surveillant l'évolution des ventes entre le prévisionnel et le réalisé en vue de s'assurer l'atteinte des objectifs fixés.

Mener une veille concurrentielle sur l'industrie de l'événementiel en hôtellerie en collectant des informations sur les revues et articles spécialisés, les événements réalisés par les acteurs, en vue de cartographier les typologies

d'évènements pouvant être mis en place ; analyser les bonnes et mauvaises pratiques en matière de gestion d'un événement ; identifier les phases et techniques majeures de gestion d'un événement ayant un impact sur la qualité et la satisfaction des clients.

Cartographier la production d'un événement et son implémentation grâce aux outils de gestion de projet pour en assurer une compréhension globale par l'ensemble du personnel impliqué et en suivre l'évolution de façon continue.

Planifier de manière efficace l'organisation d'un événement et son implantation en prenant en compte tous les éléments nécessaires (ressources, moyens, matériels, outils) et en utilisant de manière appropriée les outils de la gestion de projet (méthodologie PMI) pour en assurer le bon déroulement.

Prioriser les actions à mener pour l'exécution du projet événementiel en les hiérarchisant par niveaux et en définissant des activités, des tâches, des détails, afin de prendre les décisions stratégiques en cas de besoin dans la gestion du projet.

Préparer le pilotage du projet en mettant l'accent sur le collectif et le travail de groupe en définissant les moyens, le rôle de chaque collaborateur dans le projet ; en organisant le travail des équipes concernées et en s'assurant de la bonne coordination interservices, afin de garantir la réussite du projet.

Blocs de compétences

RNCP39241BC01 — Management des équipes avec un style adapté à l'univers du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Appliquer un style de management selon la culture de l'entreprise et les objectifs « des différents services » définis par la direction et l'adapter en tenant compte des spécificités multiculturelles, intergénérationnelles, d'inclusion, des besoins spécifiques de ses collaborateurs et en sollicitant les compétences de ses collaborateurs pour développer la réactivité, responsabiliser, inspirer et motiver les membres de son équipe pour répondre aux attendus de l'entreprise.

Gérer les conflits en adoptant les techniques de résolution de problèmes afin de maintenir un climat socioprofessionnel propice à l'amélioration des conditions de travail et à une meilleure qualité de vie au travail.

Identifier les besoins en recrutement à transmettre au service dédié (RH ou recrutement), les exprimer en missions / tâches selon les valeurs de l'hôtellerie de luxe et fixer les critères de sélection en prenant en compte l'inclusion, afin de fiabiliser et de créer une équité dans le recrutement des collaborateurs.

Intégrer des salariés dans le service y compris les salariés en situation de handicap en adaptant l'espace de travail à leurs besoins spécifiques le cas échéant, selon les conditions et les modalités d'accueil propres à l'entreprise et en utilisant les outils mis à disposition par les services dédiés (RH, recrutement) afin d'assurer une meilleure prise de fonction et leur permettre de devenir des membres à part entière de l'équipe.

Sur la base des recommandations du département des ressources humaines, mettre en œuvre les moyens tels que les réunions d'équipe, les débriefings, les procédures ou toute autre initiative et outils mis à disposition par l'entreprise, en étant attentif aux besoins des équipes et en étant force de proposition créative afin de fidéliser le personnel dans son service.

Suivre l'évolution du salarié en menant des évaluations périodiques sur la base des outils mis à disposition par l'entreprise, en prenant en compte les spécificités liées au handicap afin de développer la montée en compétence des équipes.

Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe, y compris les personnes en situation de handicap, en organisant l'animation de sessions de formation, d'information et toute autre activité pour permettre aux salariés de mener à bien leurs missions, tout en les accompagnant dans leur évolution professionnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, ateliers de mise en situation.

RNCP39241BC02 — Manager le marketing des services de l'hôtellerie de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer la veille marketing en utilisant des outils d'analyse permettant de déterminer les capacités internes et externes de l'entreprise et les facteurs clés du succès, y compris les impératifs environnementaux (identification d'un nouveau segment de clientèle, des actions marketing pour les différentes typologies de clientèles...) pour contribuer à la mise en place du plan d'action du marketing opérationnel.

Réaliser une veille sur l'innovation technologique en recherchant les nouveautés qui répondent aux nouvelles tendances de consommation et l'évolution des besoins des clients, afin d'établir un cahier des charges et faire évoluer le produit par rapport à la demande du marché.

Réaliser un marketing mix en analysant les différents axes (prix, produit, promotion, place) afin de mieux positionner son service haut de gamme qui réponde aux besoins du marché du luxe, en incluant les impératifs RSE, d'inclusion et d'éco-responsabilité.

Analyser les étapes du parcours client à haut revenu en comparant les habitudes et attentes des clients avec les services offerts par l'établissement pour préconiser des actions d'amélioration de l'expérience client.

Promouvoir le programme de fidélisation de la marque ou de l'hôtel en faisant notamment contribuer les clients à la communication numérique, afin qu'ils soient des relais de croissance et renouvellent leur acte d'achat.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, ateliers de mise en situation.

RNCP39241BC03 — Management de la qualité dans l'univers du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Mesurer la gestion de la qualité au sein du service opérationnel en réalisant des enquêtes permettant d'obtenir des informations qualitatives et quantitatives sur le produit et l'offre, afin d'élaborer des plans d'actions correctives et répondre aux orientations stratégiques de l'organisation.

Bâtir un plan d'amélioration continue adapté aux codes de l'univers du luxe, en impliquant l'ensemble du personnel, par la mise en place d'outils et de techniques en adéquation avec la culture, les valeurs, la stratégie et les orientations de développement de l'organisation, afin d'augmenter le rendement et l'efficacité de son département par le suivi et le déploiement de processus.

Gérer le temps et l'organisation du travail de son équipe en utilisant les outils de gestion des tâches, de planification, de communication et de suivi, en fonction des contraintes du service afin d'assurer un fonctionnement optimum répondant aux standards de qualité.

Concevoir les outils de gestion des risques en définissant les indicateurs de contrôle et de mesure de performances en vue de bâtir des plans d'amélioration, réduire le taux d'échec, accroître la satisfaction client et garantir la qualité des services.

Construire le PCA (Plan de Continuité d'Activité) au niveau du service en élaborant des propositions adaptées, permettant le déclenchement rapide et efficace des procédures, afin de pérenniser l'activité de l'entreprise en situation d'urgence.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, ateliers de mise en situation.

RNCP39241BC04 — Conduire la gestion des départements opérationnels d'un établissement hôtelier

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer des prévisions de ventes mensuelles et annuelles en tenant compte des spécificités opérationnelles en vue de réévaluer régulièrement, sur la base des éléments du marché, la performance du département au travers des décisions stratégiques.

Budgétiser le fonctionnement de son département opérationnel grâce aux prévisions du chiffre d'affaires, des coûts de production et d'exploitation par rapport au N-1 pour définir les objectifs en termes de chiffre d'affaires.

Analyser les KPI (indicateurs de performance) de son département par rapport à ses objectifs en identifiant les variations et en les mesurant par rapport aux années précédentes (N et N-1) et à la concurrence afin d'évaluer la performance de son département.

Analyser l'évolution de son activité par rapport à son budget en surveillant l'évolution des ventes entre le prévisionnel et le réalisé en vue de s'assurer l'atteinte des objectifs fixés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas.

RNCP39241BC05 — Manager les projets événementiels dans un établissement de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Mener une veille concurrentielle sur l'industrie de l'événementiel en hôtellerie en collectant des informations sur les revues et articles spécialisés, les événements réalisés par les acteurs, en vue de cartographier les typologies d'événements pouvant être mis en place ; analyser les bonnes et mauvaises pratiques en matière de gestion d'un événement ; identifier les phases et techniques majeures de gestion d'un événement ayant un impact sur la qualité et la satisfaction des clients.

Cartographier la production d'un événement et son implémentation grâce aux outils de gestion de projet pour en

assurer une compréhension globale par l'ensemble du personnel impliqué et en suivre l'évolution de façon continue.

Planifier de manière efficace l'organisation d'un évènement et son implantation en prenant en compte tous les éléments nécessaires (ressources, moyens, matériels, outils) et en utilisant de manière appropriée les outils de la gestion de projet (méthodologie PMI) pour en assurer le bon déroulement.

Prioriser les actions à mener pour l'exécution du projet événementiel en les hiérarchisant par niveaux et en définissant des activités, des tâches, des détails, afin de prendre les décisions stratégiques en cas de besoin dans la gestion du projet.

Préparer le pilotage du projet en mettant l'accent sur le collectif et le travail de groupe en définissant les moyens, le rôle de chaque collaborateur dans le projet ; en organisant le travail des équipes concernées et en s'assurant de la bonne coordination interservices, afin de garantir la réussite du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale, études de cas.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager opérationnel en hôtellerie de luxe exerce son activité au sein de l'hôtellerie et des chaînes nationales et internationales, dans l'hôtellerie indépendante ou dans la restauration haute de gamme. Les domaines d'activités sont les grands groupes hôteliers multinationaux, les hôtels de charme, les resorts et golf clubs, les hôtels indépendants haut de gamme, les nouvelles formes d'hébergement (comme la location courte durée), les cabinets de conseil et les start-up de développement d'applications dans le secteur hôtelier ou la restauration, etc.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Manager opérationnel dans les services de la restauration et de l'hébergement.
- Manager opérationnel dans les services des étages / Housekeeping.
- Manager opérationnel dans les services du front office.
- Manager opérationnel dans les services supports ou fonctionnels dans l'hôtellerie restauration.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 561 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) S2X60 — Employés de l'hôtellerie · tension 4/5 (Élevée) S2X61 — Serveurs de cafés restaurants · tension 4/5 (Élevée) S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration · tension 5/5 (Très élevée) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	166 647
Jugés difficiles à recruter	42 %

Emplois saisonniers	63 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique S2X60 — Employés de l'hôtellerie S2X61 — Serveurs de cafés restaurants S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Parcours en formation initiale et alternance, entrée en première année : BAC.
- Parcours en formation initiale et alternance, entrée en troisième année : certification professionnelle de niveau 5 dans le même secteur d'activité (type BTS Hôtellerie, option A, B ou C).
- Parcours en formation continue : BTS Hôtellerie, option A, B ou C ou autre diplôme BAC +2, avec des compétences transverses à l'hôtellerie, restauration et/ou tourisme.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE

Le jury est composé de 2 professionnels du champ d'activité de la certification :

- 1 représentant employeur, chef de département dans le métier visé, avec au moins 3 ans d'expérience,
- 1 représentant employé, chef de service dans le métier visé, avec au moins 2 ans d'expérience.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 688 €
Selon la branche	8 000 € – 9 291 €
Prise en charge	Branches concernées
8 688 €	Valeur par défaut · 211 branches
9 291 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 000 €	CPNE Casinos

Base légale

Date de décision	27/06/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/06/2027
Date de dernière délivrance possible	27/06/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	18	0	92 %	73 %
2021	16	0	100 %	79 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35768

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39241/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 09/2029

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	14
Parcours menés à terme	9
Taux d'achèvement	64 %
Période	09/2024 – 09/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	28
Montant total engagé	72 800 €
Coût moyen par dossier	2 600 €
Durée moyenne	159 h
Période	08/2024 – 07/2026
France compétences	63 %
Reste à charge titulaire	34 %
Entreprise	4 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.