

Davy Granson

IUT Nancy-Charlemagne
MMI
2017 - 2019

*La Communication,
une arme face
à la Concurrence*

**Rapport de Stage du
8 Avril au 14 Juin 2019**

Remerciement

Avant de débuter ce rapport de stage, je souhaiterais remercier les différentes personnes ayant aidé au bon déroulement de celui-ci :

Dans un premier temps, je tiens tout particulièrement à remercier mon ancien directeur Laurent Philippon, de m'avoir offert l'opportunité de faire ce stage au sein du Château de Fère. Et surtout Bruno Noailly, nouveau directeur de l'établissement et tuteur de stage, sans lequel le stage n'aurait pas été le même.

Je souhaiterais ensuite remercier toute l'équipe du Château de Fère pour leur bonne humeur perpétuelle et leur aide tout au long de ce stage. Et surtout Marlène Alloux, stagiaire et collègue de bureau, mon binôme dans cette aventure.

Mais aussi pour finir, toute l'équipe d'encadrement de notre formation MMI à l'IUT Nancy-Charlemagne qui nous aura aidé et permis de bénéficier de ce stage de dix semaines et de toutes ces connaissances et compétences transmises tout au long de ces deux années.

Davy Granson.

Sommaire

La communication, une arme face à la concurrence

Introduction	4
Château de Fère Hôtel & Spa.....	5
Les acteurs d'un hôtel 5 étoiles.....	9
La communication dans sa polyvalence.....	10
Spécialiste du community management.....	10
A. La Veille Concurrentielle.....	10
B. La mise en place d'une stratégie pour les réseaux sociaux.....	11
C. Suivi des avis sur les réseaux sociaux et autres sites commerciales.....	19
D. Mise à jour du site internet et du logiciel commerciale.....	20
Conclusion du community management.....	20
Communication en évènementiel.....	21
A. Redynamiser l'hôtel avec sans arrêt de nouveaux évènements.....	21
B. Une Organisation sans faille pour démontrer nos 5 étoiles.....	23
C. Une publicité ciblée locale.....	24
Communication Commerciale.....	25
Communication Interne.....	27
Communication de Crise.....	28
Autres.....	28
Mon Expérience Professionnelle.....	29
Bilan Professionnel.....	30
Bilan Personnel.....	30
Conclusion.....	31
Annexes.....	32

Introduction :

La communication a toujours été un élément clé de notre société, devenue indispensable pour le bon fonctionnement d'une entreprise, elle permet son implantation, son développement et son évolution. De la naissance de celle-ci à sa disparition, la communication reste vitale pour n'importe quelle structure.

L'apparition d'internet ouvre à la communication une toute nouvelle ère, un tout nouveau point de vue, obligeant quiconque à se porter vers cette innovation devenue irremplaçable pour n'importe quelle stratégie de communication à mettre en place.

Et c'est pour cette raison que je me suis tout naturellement dirigé vers un stage de community manager. Voulant en faire mon métier, il m'est aujourd'hui indispensable de bénéficier d'expériences dans ce domaine, pour me permettre d'y évoluer le plus facilement possible.

Chauvin dans l'âme, je me suis ainsi intéressé au Château de Fère, lieu emblématique de ma région et que j'affectionne tout particulièrement pour le point de vue qu'il offre sur le monde, aussi bien historiquement que paysagement parlant.

Mes attentes vis-à-vis de ce stage étaient de saisir les enjeux principaux du métier de community manager tout en confortant mon désir d'en faire le mien.

La mission donnée par mon maître de stage étant de redynamiser la communication du Château et de redorer son image, nous nous sommes intéressés à cette problématique de stage : « Comment redynamiser la communication d'un hôtel, ainsi que son image pour faire face à la concurrence ? »

Pour répondre à cette problématique, je commencerai ce rapport par vous présenter l'entreprise dans laquelle j'ai fait ce stage, tout en poursuivant sur mon travail au sein de celle-ci, parlant des différents points de communication indispensables à n'importe quel établissement, pour finir par vous présenter les différents bilans donnés par nos clients et mon directeur (maître de stage).

Château de Fère

Hôtel & Spa ****



Son Logo et ses Déclinaisons :

Existant dès mon arrivée, le logo du château m'aura surtout servi pour l'ensemble des documents produits pendant le stage. Aussi bien pour un document interne comme une note d'information, que pour une affiche dédiée à une communication externe au château (fête des mères / dégustation / pack bien-être).

Pour ce faire, j'ai entrepris sous la demande du directeur précédent et pour les besoins de certains clients comme « Cosmétique Mag » des déclinaisons colorimétriques présentées ci-dessous. Déclinaisons permettant l'impression sur différents supports.

On retrouve ainsi sur ce logo le blason du château, avec ses armoiries : le héron et la tour.



★★★★★ HOTEL & SPA
Logo pour les cartes et menus
(plus foncé car imprimés sur
un papier jaune).



★★★★★ HOTEL & SPA
Logo fait pour le magazine
Cosmétique Mag, par leur demande.



Son histoire :

Le château de Fère-en-Tardenois fut construit de 1206 à 1260 par Robert de Dreux, petit-fils de Louis VI le Gros, roi de France. Il appartenait à la première maison des Valois-Orléans, Valois-Angoulême. En 1528, La mère de François Ier l'offrit au connétable Anne de Montmorency pour son mariage. Celui-ci le fit transformer, il fit construire en particulier son grand pont couvert, attribué à l'architecte Jean Bullant. Il fut ensuite donné au conseil général de l'Aisne.

C'est le 13 Aout 1957 que le Château sera immatriculé au RCS (Registre du Commerce et des Sociétés) et le 1er Janvier 1959 à l'INSEE en tant que SA à Conseil d'Administration.

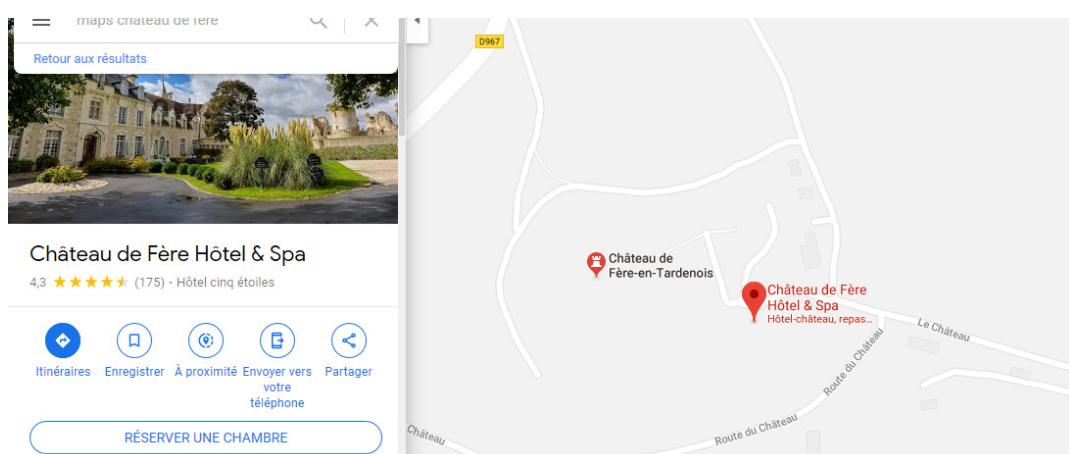
C'est en 1992 après avoir été selectionné comme 520 autres hôtels du monde entier par Small Luxury Hotels (SLH), marque Leader des hôtels de luxes indépendants, que le Château de Fère se développera en tant que complexe hôtelier.



Son implantation :

Situé aux portes de la Champagne, dans les plaines picardes, le Château de Fère se trouve à proximité de la petite ville de Fère en Tardenois, dans un lieu idyllique. Au milieu de la forêt de Fère, grande de plus de 25 hectares, et près du lac de Fère en Tardenois. Idéal pour les amateurs de randonnées, de photographie, ou pour les désireux de tranquillité.

Son adresse : Château de Fère, Route de Fismes, 02130 Fère en Tardenois.





Ses informations commerciales :

Numéro SIRET (système d'identification du répertoire des établissements) :
71598018100013

Numéro SIREN (Système d'Identification du Répertoire des Entreprises) :
715980181



Ses activités :

Les activités de l'entreprise se divisent en trois pôles distincts :

- Dans un premier temps, on retrouve essentiellement le côté Hôtelier du Château. Avec un total de 29 chambres : 2 Suites de la Reine, 4 Suites du Roi, 10 Chambres De Luxe et 15 Chambres Supérieures.

L'hôtel dispose aussi de 6 chambres extérieures au château, construites cette année et utilisées en tant que chambres d'hôte grâce à Airbnb.

Des chambres aux décors atypiques et historiques, dignes d'un château du 13e siècle. Inspirés de Jean de La Fontaine, grande personnalité de la région origininaire de Château-Thierry, et de Camille et Paul Claudel originaires de Fère en Tardenois.

- Dans un deuxième temps, on retrouve le restaurant, possédant une étoile au Michelin. Fermé depuis quelques temps aux locaux, l'objectif pendant ce stage était de les attirer de nouveau, de façon à redynamiser le château hors saison. Avec la réouverture du restaurant les midis et la mise en place d'un menu bistro-gastronomique à des prix abordables pour nos potentiels clients (29€ et 35€).



- Et pour finir, à l'entrée même de l'hôtel, on peut retrouver son spa, avec hammam, jacuzzi, sauna et modeleuses (masseuses) à disposition des clients. En relation avec la marque 5 Mondes, grande marque rassemblant des rituels de beauté du monde entier.



Actuellement le Château et toute son équipe tente de lancer ces trois activités indépendamment, grâce à mon intervention et à la mise en place de trois pages Facebook dédiées à chaque domaine d'activité : hôtel, restaurant et spa.

L'hôtel dispose aussi d'une grande piscine extérieure, et d'un cours de tennis (Annexe 1 - Affiches).

ROOM

Château has 10 suites and 25 rooms available. The continuous desire to ensure our clients well-being has led us to create a comfortable environment for the mind as well as the body. Individual salons, spacious rooms, and veritable havens of peace will let you live your moments of relaxation to the fullest.

Its ten suites and twenty-five rooms are equipped with every modern comfort, including wifi, flat screen televisions, DVD players and minibars, without forgetting a Spa. The furniture and decoration vary with each room, giving each a different atmosphere.

DINING

The superb dining rooms with their paneled walls are a privileged setting for refined cuisine. The flavors, contrast, and harmony of the ingredients highlight the Chef's virtuosity. The Chef transforms the classical with a purity that suits so well to today's prestigious cuisines. The gastronomic restaurant terrace facing the renaissance bridge of the old castle is available in the summer time to enjoy delicate meal in a grandiose historical environment.

The charming view of the old castle ruins together with the tasting of the dishes is guaranteed to leave you with an unforgettable gastronomical experience.



HANA SPA

The château de Fère chose for its partner the prestigious Parisian label CINQ MONDES specializing in spa treatments. This alliance is a perfect match since the Château de Fère has always insisted on blending the hotel's historical and traditional charm with a contemporary flair, whereas CINQ MONDES develops unique experiences and first-rate service with unfailing attention to quality, service and ceremony. From this encounter is born «LE HANA SPA» of Château de Fère.

ACTIVITIES

The Château de Fère offers exquisite moments of relaxation and sport in an exceptional setting: tennis, swimming pool, horseback riding, and bicycle rides in the beautiful surrounding riding, and bicycle rides in the beautiful surrounding forest; and bicycle rides in the beautiful surrounding forest; you will even have the possibility of flight on a hot air balloon. Golf enthusiasts will have access to several nearby golf courses.

The marvelous setting of the Champagne region, embellished by its vineyards, colors and architectural treasures will give a touch to your visit.

Avec ma collègue Marlène Alloux, stagiaire et nouvelle commerciale du Château, nous avions comme objectif de définir une stratégie et de nouveaux designs spécifiques à des activités prometteuses et indispensables pour le château :

- Disposant d'une salle de séminaire, l'objectif était et sera à l'avenir d'attirer le plus possible de groupes comme « Cosmétique Mag » ou « Ferrari », pouvant privatiser l'hôtel pour leurs réunions. Une clientèle souvent parisienne mais florissante.

- Il en est de même que le Château désire développer son marché au niveau des mariages. Avec la création d'un nouveau book, et d'une stratégie pour les attirer comme notre participation à des salons du mariage parisiens ou régionaux. Sachant que la clientèle de ces deux pôles ne sera pas la même.



Ses cibles :

Disposant de trois activités principales, nous pouvons mettre en avant trois cibles distinctes :

- On retrouve dans un premier temps les personnes locales au Château, avec le restaurant et notre nouvelle stratégie. Le but, après tant de mauvais choix stratégiques est de reconquérir cette clientèle grâce à des posts publicitaires aussi bien par les réseaux sociaux que par la radio (N'Radio). Clientèle visée aussi avec la réouverture du spa à la clientèle extérieure de l'hôtel et par la mise en place de nouveaux packs, comme le pack bien-être destiné à attirer les clients ayant de petits budgets et mis en place pendant ce stage, ou nos journées découvertes «Reiki».

- On peut aussi mettre en évidence une clientèle nationale et surtout « entreprenariale » aussi bien pour notre salle de séminaire, que pour les chambres de l'hôtel. Le menu bistro-gastronomique du midi a aussi pour objectif de les attirer pour des repas d'affaire ou tout simplement de groupe.

- En dernier on retrouve une clientèle internationale, attirer des personnes assez aisées voulant se laisser tenter par le luxe à la Française : tant pour les mariages que pour un séjour ou de simples vacances. Une clientèle que nous n'avons pas forcément besoin de conquérir, mais qu'il faut fidéliser puisque la clientèle actuelle est beaucoup britannique, américaine ainsi que japonaise, grâce au propriétaire du Château qui vis actuellement au Japon.

Les acteurs d'un Hôtel 5 étoiles

Richard Bliah, Propriétaire du Château de Fère :

Né en 1946, Monsieur Bliah, architecte de profession et domicilié à Tokyo depuis maintenant une vingtaine d'année, aura fait ses études en France au lycée Marcel Roby. Il achète le Château de Fère le 19 Janvier 2005.

Bruno Noailly, Directeur du Château de Fère et Maître de Stage :

Arrivé en tant que nouveau directeur du Château de Fère en même temps que nous. Monsieur Noailly a surtout eu comme objectif de restructurer la totalité du château pour permettre à celui-ci de sortir du lot et de faire face à la concurrence.

Le reste de l'équipe :

L'équipe se divise en 7 parties :

- On retrouve dans un premier temps les commerciaux, avec le comptable et le directeur.
- Dans un deuxième temps le service Cuisine, avec le cuisinier, son second, les commis et le patissier.
- En service, on retrouve un maître d'hôtel, les serveurs et des chefs de parties.
- Ensuite, nous avons le service de chambres avec les femmes de ménages, la gouvernante, et l'assistant gourvernant.
- Les réceptionnistes et le chef réceptionniste.
- Pour finir par les jardiniers, l'électricien et l'homme à tout faire.



La Communication dans sa polyvalence

Pour permettre à un Community Manager d'exceller dans son travail, il lui est indispensable d'être le plus polyvalent possible. Lui permettant de connaître au mieux l'entreprise et de communiquer plus facilement, plus précisément dessus, mais aussi car le Community Management dans un Hôtel de cette taille (29 chambres) n'est à mes yeux, pas un travail à plein temps.



Spécialiste du Community Management :

La tâche principale de ce stage aura donc été le Community Management : mon objectif étant de relancer les réseaux sociaux de l'établissement. Puisqu'en pleine réorganisation, avec l'arrivée du nouveau directeur, il était primordial à l'hôtel, ayant connu de nombreux déconvenues ces dernières années, de redorer son image, de la remodeler de façon à donner une image plus jeune, plus agréable aux yeux du clients.

A - La Veille Concurrentielle

Il était donc nécessaire d'entreprendre une veille concurrentielle. Son but étant d'analyser les prix et les prestations de notre concurrence : des complexes hôteliers 4 et 5 étoiles, avec des prestations similaires aux nôtres.

Une veille concurrentielle qui nous aura permis de constater que nos prix, comparés à ceux-ci étaient beaucoup trop élevés pour les prestations fournies. une baisse significative a donc été mise en place.

Il en est de même que la dénomination de nos chambres n'était pas assez distinguée pour le standing de l'hôtel. Les châteaux étant souvent associés à la royauté il était donc important de les modifier passant ainsi de « Suite Junior » à « Suite du Roi » ou de « Suite Balnéo » à « Suite de la Reine ».

Néanmoins certains aspects de cette veille concurrentielle nous ont montré que nous pouvions quand même garder un prix plus élevé comparé à nos concurrents, grâce par exemple au lieu exceptionnel dans lequel nous travaillons.

Même si pour faire face à celle-ci, il nous est indispensable de retravailler la totalité de nos prestations, de les rendre à la fois plus prestigieuses mais aussi plus abordable, pour viser une clientèle moins aisée et plus locale (Séjour Louis VI).

Comme par exemple le spa de l'hôtel ré-ouvert aux clients extérieurs de l'hôtel au prix de 50 € pour la journée. Un prix qui se trouve être 20 € à 25 € plus cher que nos concurrents. De plus, on peut observer que les gains du spa sont purement bénéfiques, baisser son prix permettrait ainsi d'augmenter notre chiffre d'affaires en attirant davantage de clients tout en les poussant à prendre un repas le midi ou alors à prendre différentes boissons (avis personnel).

B - La mise en place d'une stratégie pour les réseaux sociaux :

Aujourd'hui indispensables pour le développement et la survie de tous établissements, les réseaux sociaux-numériques sont ainsi devenus les piliers d'une stratégie qui demande un temps de réflexion et de recherche. Me basant sur les anciennes publications de l'hôtel (datant de plus de 2 ans) et sur ceux de nos concurrents. J'en ai ressorti deux points stratégiques importants : Facebook et Instagram.

	Facebook	Instagram
Types de Publications	Evenements Avis Publics Publicités pour le restaurant Packages Photographies Concours (photos / de partage / etc). Articles des journaux locaux	Oenologies Gastronomies Paysages Photographies Faire des Stories Une Story guidées
Fréquence des Publications	1 à 2 fois par jour	1 fois tous les 2 ou 3 jours

Facebook nous permet d'avoir une communication organisationnelle sur les activités du Château. Avec la publication des différents menus (menu de la fête des mères, menu du château, menu de pâques), ou des différents packs mis en place.

L'objectif premier était de poster deux à trois fois par semaine, de façon à relancer la page sans pour autant lasser les fans déjà présents. Cependant, après la visite du propriétaire du Château, Monsieur Bliah, celui-ci m'a demandé de poster plus souvent, une fois par jour, pour mettre en avant la redynamisation du Château. Pour ce faire, j'ai utilisé la programmation des publications, me permettant de publier même les week-ends, sans pour autant être présent. Même s'il m'arrivait de me connecter sur les réseaux sociaux pour les poster de chez moi.

- *Création de concours :*

L'une de mes premières idées pour relancer les réseaux sociaux était de créer un concours permettant, lors d'un tirage au sort, de faire gagner une nuit pour deux au château.

Tout simplement, les potentiels joueurs n'avaient qu'à aimer la publication, la page et partager la publication :

Château de Fère

14 mai à 17:30

CONCOURS : GAGNEZ UNE NUIT POUR DEUX AU CHÂTEAU DE FÈRE

Tentez de gagner une nuit inoubliable au Château de Fère en Tardinois. Pour cela, vous n'avez que trois petites choses à faire :

- Aimer cette publication
- La partager
- Suivre notre page du "Château de Fère"

Le concours se déroulera jusqu'au Mardi 4 Juin 20 h, tandis que le tirage au sort aura lieu le Mercredi 5 avec "Woobox".

Au programme de cette nuit princière (se déroulant selon vos souhaits du Lundi 24 Juin au Jeudi 4 Juillet - Hors Week-end) :

Votre commentaire... GIF Smileys

J'adore Commenter Partager

Vous, Frédéric Granson et 443 autres personnes

Votre commentaire... GIF Smileys

- Bilan du concours Facebook :

On peut ainsi observer ci-dessous un bilan très positif pour une page n'ayant pas été active depuis presque 2 ans. Bien évidemment il n'était pas pensable de lancer ce concours dès mon arrivée, il était indispensable d'entreprendre lors du premier mois un travail de longue haleine en postant le plus possible sur nos activités, notre nouvelle carte, notre nouvelle équipe. De façon à pousser chacun de nos fans à retourner vers la page, à rester en alerte quit à diminuer le nombre de posts à l'avenir.

Ainsi, ce concours nous a permis de rassembler plus de 200 nouveaux fans sur la page en 3 semaines, avec un total de presque 30 000 personnes atteintes par la publication (chiffres qui augmentent encore après la fin du concours - jusqu'à 35000).

Château de Fère

Publié par Louis d'Orléans [?] · 14 mai, 17:30 ·

CONCOURS : GAGNEZ UNE NUIT POUR DEUX AU CHÂTEAU DE FERE

Tentez de gagner une nuit inoubliable au Château de Fère en Tardenois. Pour cela, vous n'avez que trois petites choses à faire :

 Aimer cette publication... 



27 126 Personnes touchées **4 349** Interactions **Booster à nouveau**

Boostée le 22 mai 2019 Par Louis d'Orléans Terminée

Personnes touchées **5,3 K** Interaction avec la publication **1,3 K** [Voir les résultats](#)

  445 218 commentaires 621 partages

 **J'adore**  **Commenter**  **Partager** 

27 126 Personnes atteintes

1 920 Réactions, commentaires et partages

878	429	449
 J'aime	Sur la publication	Sur les partages
59	30	29
 J'adore	Sur la publication	Sur les partages
2	0	2
 Wouah	Sur la publication	Sur les partages
1	0	1
 Triste	Sur la publication	Sur les partages
1	0	1
 Grrr	Sur la publication	Sur les partages
350	232	118
Commentaires	Sur la publication	Sur les partages
630	621	9
Partages	Sur la publication	Sur les partages

2 429 Clics sur la publication

135	0	2 294
Affichages de photos	Clics sur un lien	Autres clics

COMMENTAIRES NÉGATIFS

14	Masquer la publication	2	Masquer toutes les publications
0	Signaler comme indésirable	0	Je n'aime plus la Page

L'activité Statistiques est comptabilisée sur le fuseau horaire du Pacifique. Les activités publicitaires sont comptabilisées sur le

Je dispose encore de plusieurs idées de concours, pour permettre à la page de se faire connaître davantage, comme un concours photo pour permettre aux participants de gagner un repas au château.

Nous avons aussi mis en place un concours au sein du château, un concours poussant les clients en visitant le lieu à observer autour d'eux et à trouver deux gravures, leur permettant de gagner une coupe de champagne.

- Interaction avec les fans :

Il est important pour un community manager d'interagir avec les fans de la pages qu'il gère, à la fois pour les fidéliser, mais aussi pour leur montrer que la page n'est pas seulement une vitrine destinée à mettre en avant nos activités, mais qu'elle est aussi un lieu d'échange où se rassemble toute une communauté.

Une manière de leur montrer que comme ou contrairement à la concurrence nous sommes ici pour les écouter, les aider et répondre à leurs besoins.

Pour ce faire j'ai, pendant ces deux mois de stage, utilisé quelques techniques apprises en cours et fonctionnant très bien :

- Les sondages par exemple, nous ont permis d'avoir des premiers avis sur la création et la mise en place de Packs, comme le Pack Bien-être mis en place à partir du 9 Juin 2019. Une technique permettant aux fans de voir et/ou croire que leurs avis nous intéressent et nous guident.

- L'interaction avec les fans par de simples questions comme « Qu'en pensez-vous » ; « Quel endroit préférez-vous au Château » et plein d'autres permettant à tous de communiquer sur ce qu'ils pensent, sur ce qu'ils préfèrent dans ces lieux. Une technique permettant aussi de leur rappeler ce qu'ils aimaient ici et d'ainsi leur donner comme un sentiment de nostalgie pour les pousser à revenir.

- Mais aussi répondre et aimer certains de leurs commentaires, pour montrer que nous les lisons, que nous les écoutons et que nous en prenons note. Evidemment, répondre à tous n'est pas possible, il faut donc choisir les plus intéressants ou bien même les plus singuliers, aidant au bon fonctionnement de la page. Il est même utile d'y partager certains avis d'autres sites comme « Booking.com » pour montrer l'engouement que porte les gens du monde entier pour le château.

 **Château de Fère a créé un sondage.** ***

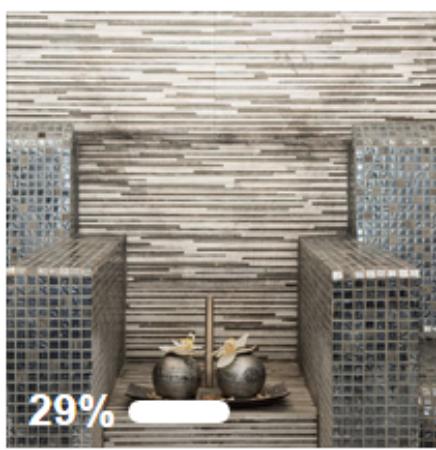
Publié par Louis d'Orléans [?] · 10 mai, 15:54 · 

Le Château se lance dans de nouvelles propositions de "Pack" séjour et/ou journée !

Aujourd'hui on s'intéresse davantage à votre bien-être et nous voulions vous demander si des séances de Reiki, vous intéresseraient ?

Pratique énergétique Japonaise, nous vous permettrons de découvrir le Reiki à travers une heure de pure détente, bercé par une ambiance naturelle.... [Afficher la suite](#)

 **71%** 

 **29%** 

Je suis intéressé **Pas vraiment**

Ce sondage est terminé. 34 votes

- *Création de nouvelles pages :*

Pour permettre des publications plus simples et plus en adéquations avec les trois pôles de l'établissement, nous avons décidé d'ouvrir deux autres pages annexes à celle du "Château de Fère" dédiées à notre activité principale et toutes les autres.

- « La Table du Château », alimentée par le chef de l'établissement et son équipe de cuisine. Page où l'on partage les différents menus prêts à servir, nos présentations de table, etc (Annexe 2 : *Photographies pour les Réseaux Sociaux*).

- « Hana & Spa du Château de Fère », alimentée par la modeleuse de l'hôtel et moi-même - Praticien Reiki du Château.



La Table du Château

€€€€ · Restaurant

Fermé · 19:30 - 23:00



Obtenir des rendez-vous sur Facebook

Louis, nous vous invitons à essayer l'outil gratuit de réservation Facebook pour un meilleur contact avec vos clients.

Démarrer

Hana & Spa du Château de Fère

Créer un nom d'utilisateur de Page "@"

Accueil

Photos

Vidéos

Publications

Avis

À propos



J'aime S'abonner Partager ... Envoyer un e-mail

- Création d'affiches et diffusion :

Dans le Cadre de la réouverture du spa, du restaurant aux locaux, de la fete des meres, de pâques, ou bien même des degustations de mets et champagne mises en place pendant le stage, il était indispensable de communiquer sur ces vnements et d'en créer des affiches pour les poster sur Facebook, les afficher dans l'hôtel de façon  avertir les clients dsormais prents sur place, et chez nos partenaires pour prévenir les clients locaux de nos vnements.

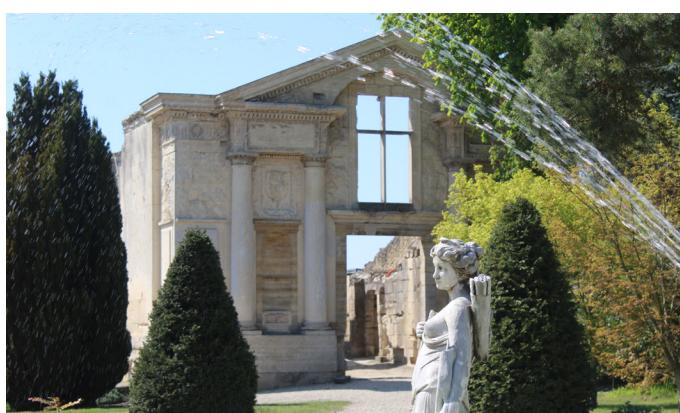
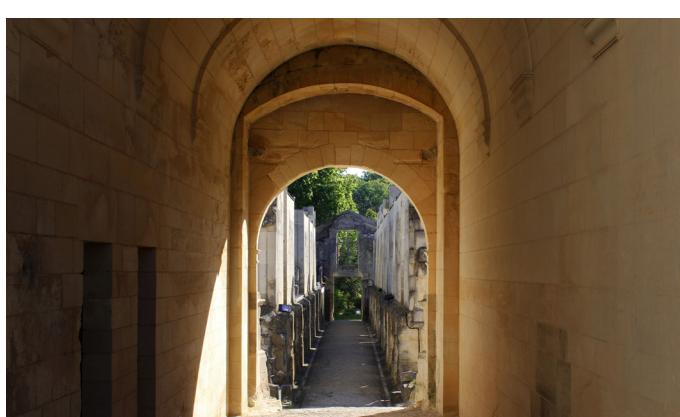
Affiches qui nous a aussi permis de montrer aux clients locaux que le château était de nouveau sur le marché. Car beaucoup par le passé avaient eu de mauvaises expériences. Il était donc nécessaire de leur montrer qu'avec sa nouvelle ´quipe, celui-ci renaissait en quelque sorte de ses cendres (*Annexe 1 : Affiches*).



- Autres publications et photographies :

Bien évidemment, l'Hôtel étant un lieu historique et idyllique, il est indispensable de communiquer sur l'histoire du lieu, de mettre en avant ses panoramas exceptionnels, le temps qu'il y fait, les saisons qui passent. Montrer un aspect autre que commercial, pour permettre à chacun de se reconnaître en notre page.

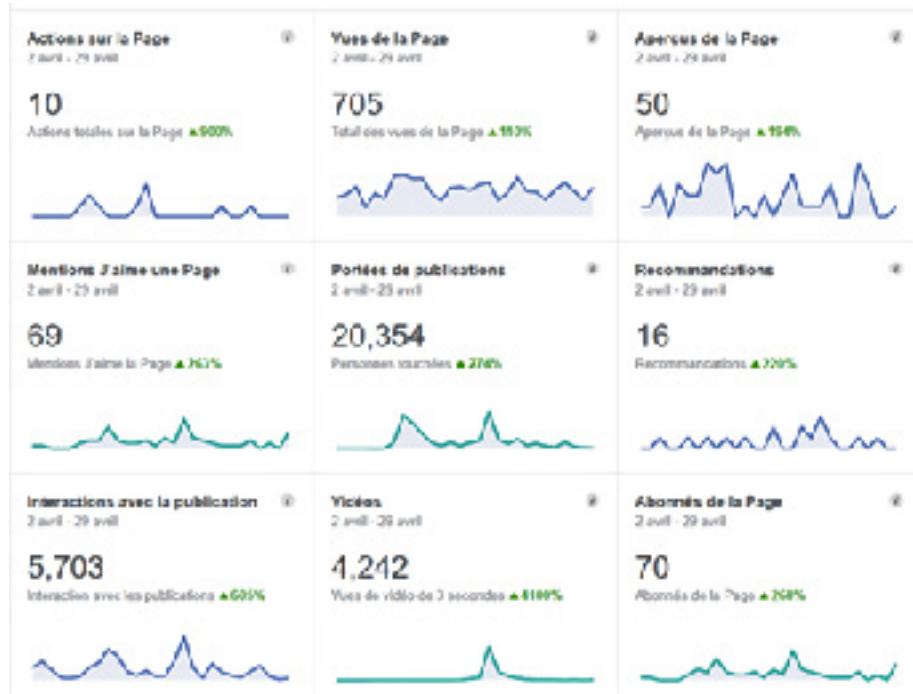
C'est en ça que ma passion pour la photographie est ressortie, tous les deux trois jours, je prends une demie heure pour aller faire des photos du parc et du château pour que les fans de la page et du lieu, le voient tout au long de l'année, sous tous les angles et sous tous les temps possibles, un peu comme un carnet de voyage (*Annexe 2 : Photographies pour les Réseaux Sociaux*).



- Bilan Facebook :

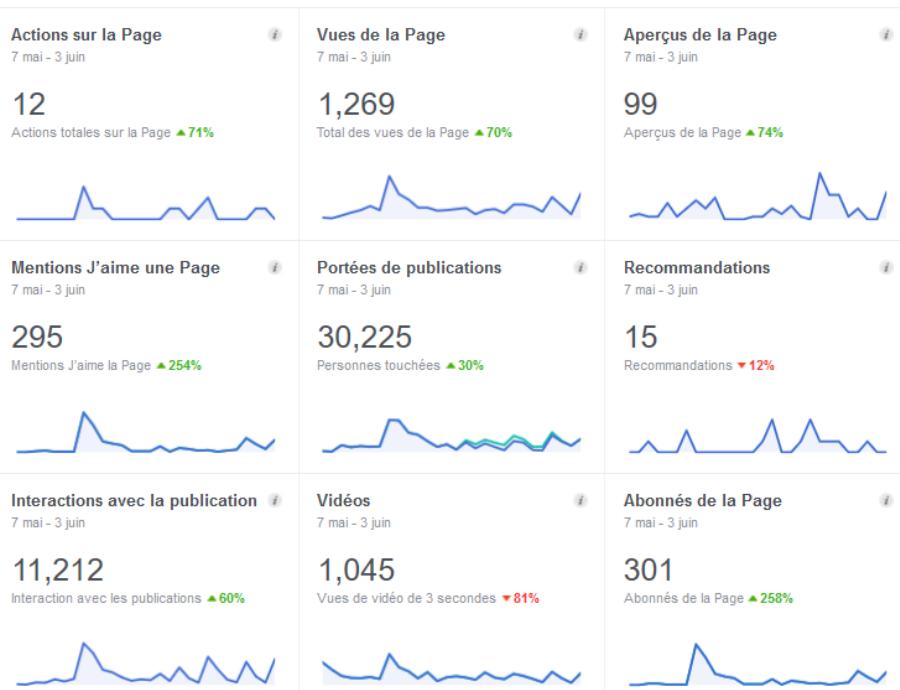
Vous pouvez ainsi voir les statistiques Facebook au bout d'un mois de stage au Château de Fère. Un bilan très positif pour ses réseaux sociaux numériques et qui s'en ressent au niveau des partenaires et de la clientèle.

Beaucoup de retour d'anciens partenaires et d'acteurs publicitaires nous disant que la dynamisation du Facebook de l'Hôtel leur a permis de comprendre qu'il y avait une nouvelle équipe et ainsi de revenir vers nous :



Ici, vous pouvez trouver le bilan du deuxième mois de stage au château de Fère (au 5 Juin 2019).

On peut remarquer une hausse conséquente du nombre de vues, mais aussi du nombre de « j'aime la page » ou bien même de « la portée des publications ». Démontrant ainsi un bilan très positif de ce mois de travail.



C - Suivi des avis sur les réseaux Sociaux et autres sites commerciales :

Ce stage m'aura ainsi permis de découvrir de nombreux sites très utiles pour le bon fonctionnement de l'hôtel, des sites hôteliers comme Tripadvisor, Booking.com ou encore, Weekendesk et SLH (Small Luxury Hotels), My Fourchette, Michelin, SmartBox, etc.

Très souvent observés par nos clients, grâce à leurs avis et aux notes mis par d'autres, il est indispensable d'y avoir sans arrêt l'oeil, de façon à comprendre les potentiels mécontentements, à les modifier en cas de nécessité et à répondre à chaque avis donné. Ainsi, le client, mécontent ou non, se sent écouté. Tout cela dans le but de le fidéliser et mieux encore, de le pousser à nous recommander.



Des sites servant à mettre en avant les horaires et dates d'ouverture du restaurant et de l'hôtel, à promouvoir notre activité. Il est donc indispensable de les mettre à jour continuellement.



Néanmoins, le château étant répertorié sur un grand nombre de sites de ventes comme MyFourchette, Michelin, Expedia, etc. Il est essentiel de gagner du temps en rassemblant l'ensemble de ces commentaires sur un seul logiciel. Pour ce faire le château utilise « Guest app » et « Qualitelies », permettant de bénéficier des avis des clients, mais aussi de notes et de statistiques fournies par le logiciel tous les mois, sur la globalité de ces avis. Il est aussi possible de créer une newsletter ainsi que de nombreux sondages.

Aussi, sous la demande du nouveau directeur, j'ai dû mettre sur Airbnb Le Clos du Château, 6 chambres à l'écart de l'établissement principal, étant donc moins cher et ayant pour but de toucher une toute autre clientèle, une clientèle plus nationale et beaucoup moins internationale.

Pour cela j'ai ainsi dû créer totalement l'annonce, de façon à mettre en avant les qualités et les différentes activités de notre complexe hôtelier.

Pour faire des économies, il a cependant été nécessaire de stopper de nombreux partenariats avec des sites de vente en ligne, car même si ceux-ci étaient très utiles pour le référencement du site internet de l'hôtel et donc sa place dans nos barres de recherches, certains d'entre eux ne nous apportaient peu ou plus de client. Ainsi, après de longues recherches dans les archives du château, nous avons écrit et envoyé des recommandés pour mettre fin à nos partenariats avec Weekendesk, Guest app (beaucoup moins intéressant que Qualitelies, après analyse), Idéal Gourmet, Happy Break ou encore SmartBox.



D - Mise à Jour du Site Internet et du Logiciel Hôtelier (Vega) :

Il aura aussi fallu mettre à jour le site internet, n'ayant pas été fait depuis le mois de décembre, celui-ci avait besoin d'un grand nettoyage, aussi bien au niveau des noms et prix, avec leurs baisses, qu'au niveau des menus et des activités du château.

Pour ce faire, j'ai dû apprivoiser "Api And You", hébergeur qui m'était jusque-là encore inconnu, ainsi que « Vega », un logiciel Hôtelier permettant de traiter les réservations, les stocks, les personnels et de multiples choses. Logiciel très complexe dû à ses nombreuses fonctionnalités, m'obligeant à contacter le service clientèle pour demander leur aide, ayant pour finalité de remettre à jour toutes les bases de données du château et d'accélérer le traitement de chaque donnée, de chaque réservation, de chaque paiement, etc.



Il était aussi indispensable de modifier les conditions de réservation et de remboursement sur l'ensemble des sites du Château. Pour permettre de diminuer les abus et les pertes d'argent conséquentes.

Conclusion du Community Management :

La stratégie mise en place tout au long du stage aura ainsi porté ses fruits, puisque grâce à nos nombreuses publications, au concours et à la réorganisation des sites internets ceux-ci ont pu renaître et gagner plus de 400 fans en deux mois. Avec une hausse significative de nos réservations aussi bien au niveau de l'hôtel qu'à celui du restaurant.

De nombreuses choses restent encore à faire à ce niveau, comme revoir totalement le site du château, avec encore de nombreuses choses à mettre à jour ou tout simplement à supprimer.

A relancer le Twitter du Château avec une stratégie spécifique. Mais aussi à développer davantage son Instagram, encore trop peu utilisé et trop peu suivi par nos fans. Néanmoins, Facebook restant le meilleur réseau social pour notre clientèle locale, il était indispensable de se concentrer sur celui-là et d'attirer davantage de ses clients.



Communication en Événementiel :

En équipe avec la commerciale stagiaire du Château, Marlène Alloux, nous avions comme objectif de poursuivre et de créer de nombreux projets pour animer la vie du château. Le rendre attractif et montrer à chacun que celui-ci, contrairement à ce que beaucoup pensaient, était encore d'actualité.

A - Redynamiser l'hôtel avec sans arrêt de nouveaux événements

- Par la création et la diffusion de nouveaux Packs / Séjours :

Le plus gros de mon travail dans cette partie aura été de créer de toute pièce une brochure pour le séjour « Louis VI », destiné à plonger le client dans la vie régionale du château « Aux Portes de la Champagne ».

Etant en DUT MMI, il est vrai que le commerce n'a jamais été mis en avant par nos cours. Il m'aura donc fallut beaucoup de recherche pour trouver les mots et la présentation la plus en adéquation pour une brochure comme celle-ci (*Annexe 3 : Séjour et Pack*).

Le pack Bien-Être réfléchi et mis en place par notre binôme, nous a incité au démarchage. Prise de rendez-vous avec des professionnels du Reiki et du Yoga pour ainsi créer un partenariat cohérent, attrayant et encore inconnu (Reiki). Moi-même spécialiste dans ce domaine, j'ai pu donner mon avis et aider à cette prise de décision (*Annexe 3 : Séjour et Pack*).

- Journées Dégustations :

Depuis le début du stage, j'ai dû entreprendre la création d'affiches pour l'organisation de journées dégustation mets et champagnes chaque dimanche (Annexe 1 : Affiches).

DÉGUSTATION DE CHAMPAGNES

DIMANCHE 12 MAI

A PARTIR DE 11 H 00



RESERVATION

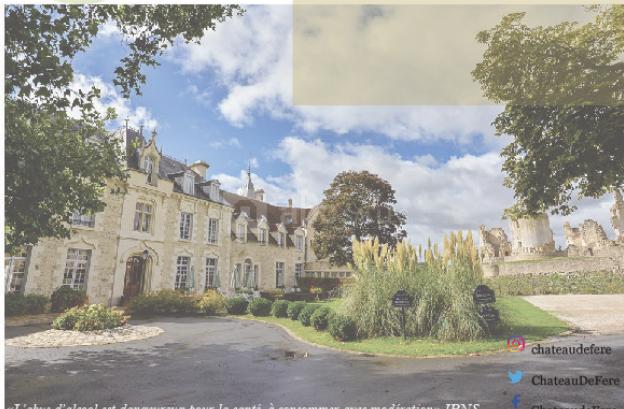
AU

03.23.82.21.13

35€
PAR
PERSONNE

Au travers d'un voyage de 45 min, venez découvrir ou redécouvrir notre cave en dégustant trois nouvelles propositions d'accords Mets & Champagnes.

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.



«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération» IPNS

chateauferef
ChateauDefere
Chateaufere

«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération» IPNS

DEGUSTATION

RESERVATION

au

03.23.82.21.13

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.



35€

A partir
de
11h

TOUS LES DIMANCHE

Le Château de Fère vous ouvre les portes de sa cave pour une visite et trois propositions d'accords mets & champagne ou d'accords mets & vins.

chateauferef ChateauDefere Chateaufere



- Affiche Réouverture du Spa :

Avec la séparation de toutes les activités du Château, nous avions l'objectif de réouvrir le spa aux clients extérieurs à l'hôtel. Permettant comme dit plus haut, d'attirer de nouveau les locaux. Pour cela, nous avions décidé de communiquer cet évènement sur les réseaux sociaux avec cette affiche destinée à mettre en avant notre marque partenaire « 5 mondes ».

Montrant aussi et toujours que le Château était en pleine réorganisation.

(Annexe 1 : Affiches)



B - Une organisation sans faille pour démontrer nos 5 étoiles

- Organisation de la soirée d'inauguration du restaurant (invitation)

Pour fêter la grande réouverture du restaurant aux locaux, le directeur du Château nous avait ainsi demandé d'organiser une soirée d'inauguration. Inauguration qui m'a ainsi permis d'observer et d'assister à la création d'un évènement comme celui-ci, avec le tri de nos partenaires les plus importants, la création des invitations et leurs distributions, tout en passant avec stratégie par la presse.

Une soirée d'inauguration qui m'aura permis de bénéficier de nouvelles rencontres et d'agrandir mon carnet d'adresses : photographes, journalistes, etc.

RÉ-OUVERTURE

Nous avons le plaisir de vous annoncer la grande ré-ouverture en semaine de notre restaurant

MERCREDI 15 MAI 2019




Château de Fère
★★★★★ HOTEL & SPA
Route de Fismes
02130 Fère En Tardenois
03.23.82.21.13

- Démarchages et Partenariats :

La recherche de nouveaux partenaires fait partie intégrante du travail de commercial. Créer des liens avec des artisans locaux pour chaque évènement : un mariage, un séminaire, un brunch, autant d'évènements possibles que de partenaires nécessaires.

La création de notre book mariage en est l'un des plus flagrants, avec le besoin de coiffeurs, de photographes, de maquilleuses, de DJ, d'artificiers et plus encore.

- Organisation de Séminaire (Cosmétique Mag) :

Étant l'une de nos cibles les plus importantes, les entreprises aussi bien parisiennes que locales demandent un travail important et une organisation sans faille. Il est nécessaire de les suivre tout au long du processus d'organisation, par mail ou par téléphone, pour répondre le plus possible à leurs attentes, pouvant d'un jour à l'autre changer.

Ici, le groupe le plus important venant au Château, aura sans aucun doute été « Cosmétique Mag ». Presse parisienne très suivie, nous avions réussi à bénéficier d'un article dans leur magazine en échange d'un geste commercial sur le prix de leur séjour. Il nous était donc indispensable de le rendre le plus agréable, pour ne pas dire parfait possible.

L'organisation d'un tel évènement m'aura poussé à découvrir tous les services de l'hôtel, la cuisine avec la création du menu, sa dégustation ; le service avec la mise en place des salles de repas et le service du soir ; l'événementielle grâce à la préparation de la salle de séminaire et la répartition de chaque chambre ; mais aussi la réception avec l'accueil des invités.

Une expérience très fluctuante et qui m'a fait adorer le monde de l'événementiel !

C - Une publicité ciblée localement

Comme pour les partenaires, il est aussi indispensable de bénéficier de publicités concrètes et productives. Ciblant, comme dit souvent jusqu'ici, une clientèle locale. Nous avions besoin de trouver des agences de communication et publicitaires de la région pour nous soutenir dans cette démarche de les reconquérir.

C'est grâce à la dynamisation des réseaux sociaux que ceux-ci sont tout naturellement venus vers nous :

- N'Radio, radio locale.
- VuDuChâteau.com, site internet journalistique vu par près de 100 000 personnes.
- Calendrier des pompiers (*Annexe 4 : Publicité des Pompiers*).

Trois acteurs sur trois supports différents, permettant de toucher un plus grand nombre de personnes et avec qui il aura fallu de nombreux rendez-vous pour ensuite re-communiquer au directeur les avantages et inconvénients de chacun.

N'Radio avec à peu près le même champ d'action que VuDuChâteau, permet de toucher une cible plus vaste et différente. Puisqu'avec la Radio, c'est un message que l'on pourrait dire « subliminal » que reçoivent leurs auditeurs, à travers des messages que chacun écoute toute la journée, auquel on ne fait pas vraiment attention et qui pourtant reste en mémoire. Une clientèle de tout âge et aussi à tout budget. De plus, étant une radio locale, qui passe souvent dans les radios de nos entreprises comme la Poste, les bus municipaux, etc... Pouvant attirer davantage d'entreprises à venir vers nous.





Communication Commerciale :

Pour faire face à la concurrence et tenter d'augmenter notre chiffre d'affaires, les documents de l'hôtel avaient besoin de nouveauté. Utilisés depuis longtemps et peu mis à jour, il était devenu primordial d'en refaire de nombreux comme la carte du bar ou le dépliant du château (Parmi tant d'autres. Bien évidemment en respectant le standing et les codes de l'hôtel (*Annexe 5 : Communication Commerciale*)).

- Carte du Bar :

LES WHISKYS SINGLE MALT (4cl)

- EILAN GILLAN «BLAIR ATHOL 1998»	22€
- LAGAVULIN 16ANS	20€
- HIBIKI	20€
- MIYAGIKYO 10ANS	25€
- GLENLIVET 15ANS	22€
- ORAN 14ANS	20€
- TALISKER 10ANS	19€

LES BOISSONS SANS ALCOOL

LES EAUX MINÉRALES

- EVIAN, BADOIT, SAN PELLEGRINO (50cl)	5€
- EVIAN, VITTEL (100cl)	7€
- BADOIT, SAN PELLGRINO (100cl)	7€
- EAU DE PERNIER FINE BULLES (100cl)	7€
- CHATELDON (70cl)	8€

LES BOISSONS SANS ALCOOL

- COCA-COLA, ORANGINE, LIMONADE	7€
- TONIC SCHWEPPES	7€
- JUS DE FRUITS (Ananas, Orange, Pomme)	8€
- JUS DE FRUITS PRESSÉS (Orange ou Pomme)	11€

LE COCKTAIL SANS ALCOOL

- COCKTAIL DE JUS DE FRUITS

8€

LES BOISSONS CHAUDES

- CAFÉ EXPRESSO, DÉCAFÉINÉ	5€
- CAPPUCCINO	7€
- CAFÉ CHAMENOIS (<i>Marc de Champagne, Café et Crème Fouettée</i>)	20€
- CHOCOLAT CHAUD	8€
- LES THÈS & INFUSIONS	

THÈ NOIR, NOIR PARUMÉ

7€

MÉLANGE «VENISE»

7€

TISSANE : CAMOMILLE, VERVEINE

7€

ROOIBOS : CITRUS PARFUMÉ

7€

INFUSION : MENTHE, CAMOMILLE,

8€

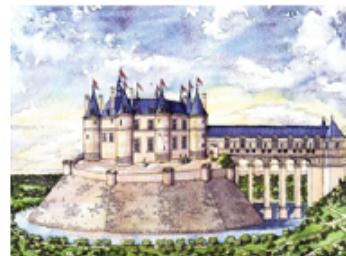
VERVEINE, TILLEUL

THÈ CEYLON ORANGE PÉKÉO

12€



LA CARTE DU BAR



LES COCKTAILS MAISONS

- BLACK RUSSIAN	14€
- L'EMPEREUR (<i>Feuilles d'Hibiscus et Champagne</i>)	18€
- COCKTAIL DU CHÂTEAU (<i>Ratafia rouge et Champagne</i>)	18€
- LE BELLINI (<i>Crème de Pêche et Champagne</i>)	18€

LES VERMOUTHS ET AUTRES

- MARTINI (Dry, Blanc, Rouge)	12€
- GIN (<i>Bombay Saphir, Citadelle</i>)	14€
- VODKA (<i>Absolut, Zubrowka, Tigre Blanc</i>)	14€
- VODKA GREY GOOSE, BELVÉDÈRE	19€

LES ANISÉS

- RICARD	6€
----------	----

LES PORTOS

- TAYLOR'S «CHIP DRY BLANC»	14€
- BURMESTER LVB 2011 (Rouge)	15€
- TAWNY/RUEY 10 ANS (Rouge)	10€

LES CALVADOS

- CHÂTEAU DU BREUIL «FINE CALVADOS»	12€
- CHÂTEAU DU BREUIL 15 ANS D'ÂGE	20€

LES EAUX DE VIE DE FRUITS (4cl)

- POIRE WILLIAM, MIRABELLE, FRAMBOISE	15€
- MARC DE CHAMPAGNE	14€
- MARC DE CHAMPAGNE «Clos des Goisses»	17€
- FINE DE CHAMPAGNE	14€
- VIEILLES PRUNES	15€

LES ARMAGNACS

- DOM, CHIROULET «RESERVE 15 ANS»	18€
- DOM, CHIROULET «TELANEE 1979»	22€
- ARMAGNAC (L Roque) XO	19€

Les Bières

- 1664, HEINEKEN, LEFFE BLONDE (25cl)

7€

LES COGNACS (4cl)

- HENNESSY VERY SPECIAL	18€
- FINE DE COGNAC HENNESSY	18€
- COGNAC XO (L Roque)	20€
- COGNAC DELAMAIN XO «PALE & DRY»	20€
- LEOPOLD GOURMET «ÂGE DU FRUIT» 10ANS	20€
- LEOPOLD GOURMET «ÂGE DES FLEURS» 15ANS	29€

LES RHUMS

- RHUM PYRAT RESERVE	20€
- RHUM DOM PAPA	17€
- RHUM BLANC/AMBRÉ	14€

Les Crèmes et Liqueurs

- BAILEYS, KAHLUA, FERNET BRANCA	14€
- MANDARINE IMPÉRIALE	14€
- AMARETTO DISARONNO	14€
- GET 27	14€
- LIMENCELLO	14€
- MALIBU	14€
- GRAND MARNIER, COINTREAU	14€
- GENIÈVRE D'ALAMBIC	14€

LES WHISKYS (4cl)

- BALLANTINES (<i>Blend</i>)	12€
- JOHNNIE WALKER RED LABEL (<i>Blend</i>)	14€
- JACK DANIELS (<i>Whisky</i>)	14€
- HUDSON BABY (<i>Bourbon</i>)	20€
- FOUR ROSES (<i>Bourbon</i>)	15€
- CHIVAS REGAL 12ANS (<i>Blend</i>)	18€
- J&B (<i>Blend</i>)	12€
- NIKKA PURE MALT RED (<i>Blend</i>)	22€

- Dépliant sur l'histoire du Château :

Etat de ruine actuel résulte d'abord de la vente des toitures puis des autres matériaux par Philippe-Egalité, cousin de Louis XVI, en 1799. Les dégâts des tours seraient dues à des essais d'explosifs allemands en 1914-1918. Inscrit au Patrimoine historique depuis 1843, le château a bénéficié de plusieurs campagnes de restauration. Raymond de la Tramerye, directeur des Usines Tubex à Fère achète la ruine et en entreprend à ses frais, et avec l'aide d'associations, la restauration dans les années 1970. Vous remarquez sa tombe près de l'escalier d'accès pont-galerie.

Actuellement propriété du Conseil Général, le château bénéficie de nouvelles campagnes de restauration, de fouilles et d'un entretien régulier.

CHASSE AU TRESOR (UNE COUPE DE CHAMPAGNE À GAGNER) :
Dans l'enceinte de l'Hôtel, au rez-de-chaussée, vous trouverez l'emblème de notre blason : un Pélican, avec deux dates distinctes : 1607 et 1732.
A vous de les trouver et de tenter de remporter une coupe de champagne !



Histoire du château de Fère

« La terre de Fère fut donnée par Clovis à Sainte Geneviève pour les commodités de son voyage de Paris à Reims »... Le domaine passe ensuite aux archevêques de Reims et est acquis à la fin du 12ème siècle par Robert de Dreux, frère de Louis VII. En 1203, il fait construire ce château-fort dans le parc forestier à une lieue au Nord de Fère. Il dresse son enceinte de 7 grosses tours sur une motte gréseuse dont les flancs sont recouverts de pavés, et entourée de douves sèches. La base prismatique des tours reste toujours inexpliquée : raison ballistique ou simplement décorative ?

Réuni à la couronne en 1407, le domaine de Fère est donné en 1527 par François Ier et sa mère Louise de Savoie en cadeau de mariage à Anne de Montmorency et Madeleine de Savoie (Nièce de Louise) qui s'occupera de sa gestion. En 1535-1539, une campagne de rénovation du château est entreprise : logis, galeries, cuisine s'élève autour de la cour, les chambres de tir des tours sont transformées en chambre d'agréement, les archères sont murées et des fenêtres sont percées, la porte d'entrée est rebâtie à l'antique entre deux colonnes ornées des alérions (petits aigles) des Montmorency. Enfin entre 1555 et 1560, probablement sous la direction de l'architecte Jean Bullant (vers 1520-1578), la vieille forteresse est reliée à la cour d'entrée par un unique pont-galerie à deux étages dont les cinq arches enjambent les douves. C'est le seul exemple connu, Chenonceaux, enjambe le Cher. Au 1er étage, se trouvait une salle de bal (remarquez la cheminée côté cour). Le rez-de-chaussée, servant de passage, s'ouvre sur la cour par un pavillon d'entrée à la façade en arc de triomphe avec, colonnes, niches et fronton. Comme fief des Montmorency, avec ses allégories, qui orne la pile centrale du pont, ce portail est attribué sans preuve au sculpteur Jean Goujon (v. 1510-1566).



**SMALL
LUXURY
HOTELS
OF THE WORLD**

02130 Fère-en-Tardenois

Téléphone 03 23 82 21 13
www.chateaudefere.com - reception@chateaudefere.com

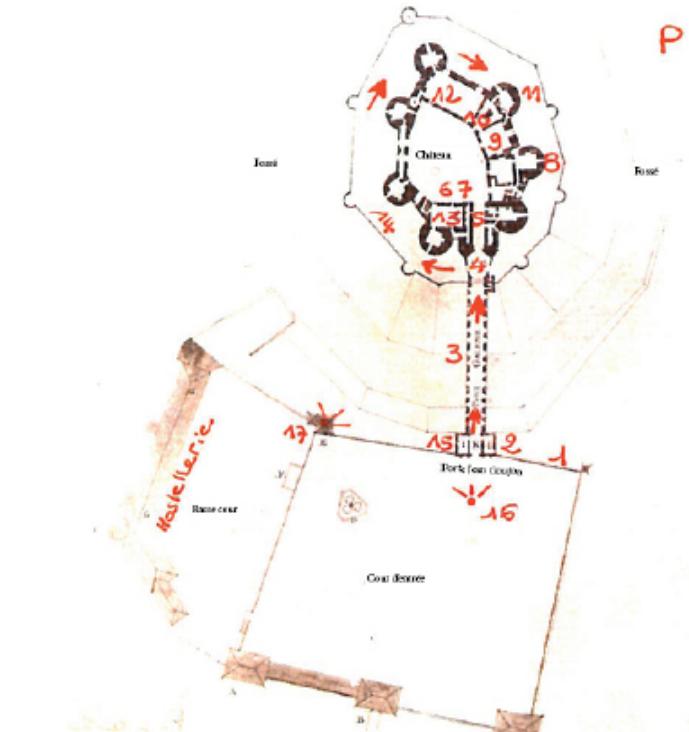


Fig. 180 - Plan du château, du pont, de la cour, des pavillons et de la basse-cour par Mr André Blanchecotte, architecte.

Fig. 187 et 188, in Etienne Moreau-Nélaton, Histoire de Fère-en-Tardenois, t1, Paris, 1911

- 1 : Tombe de Raymond de la Tramerye. (19... -) Notez ses dates !
- 2 : Escalier d'accès. Soyez prudent ! Prenez à droite le pont-galerie.
- 3 : Pont-galerie. Observez le « glacis » recouvert de pavés, les fenêtres hautes du 1er étage, la hauteur des arches.
- 4 : Entrée du château-fort, remaniée au 16ème siècle : tours en éprouve, fenêtres à meneaux, colonnes corinthiennes aux « alérions » (petits aigles) greffées à la Révolution. Cherchez les moins aimés contre le mur.
- 5 : Voûte d'entrée. La porte de la garde, au fond à droite est fermée !
- 6 : Cour. Le puits au centre a disparu.
- 7 : Derrière la barrière, l'accès à la cave (et aux souterrains qui auraient permis de relier Fère) est interdit.
- 8 : Sous la chapelle (remarquez le départ des voûtes) se trouvait la sommellerie.
- 9 : Chambre du Roi.
- 10 : Grand escalier : l'un des premiers escaliers droits.
- 11 : Tour de la prison...
- 12 : Vestiges de la grande salle basse.
- 13 : Cuisine. Le garde-manger contre la voûte d'entrée est bien frais.
- 14 : Chemin de Ronde. Remarquez la base prismatique des tours (raison ballistique ou décorative ?)
- 15 : A droite avant la porte, lève les yeux vers la cheminée du 1er étage : à côté se tenait le buffet de la salle de bal ou « gobelot du roi ».
- 16 : Porte Jean Goujon : magnifique exemple de sculpture Renaissance. Avancez de quelques pas dans le jardin de l'hostellière pour bien l'admirer !
- 17 : De la petite terrasse carrée, belle vue sur les 5 arches, avec les armes des Montmorency sur celle du milieu.



Communication interne :

La communication interne d'une entreprise quelqu'elle soit, reste importante et doit être continue. Puisqu'avec l'arrivée de la haute saison (Avril, Mai, Juin et Juillet) et celle de sa nouvelle équipe, il nous était essentiel de mettre en avant les changements de notre mode de fonctionnement, mais aussi d'informer le client de multiples choses pour nous permettre à la fois de gagner du temps et surtout de lui procurer le meilleur séjour possible.

Pour ce faire nous avons entrepris la mise à jour de différents documents :

- Dédiés à la clientèle (Annexe 6 : Communication Interne) :

Les étiquettes de prix des produits mis en vente.

Les panneaux extérieurs indiquant les différents lieux du château.

De nombreux Menus et Cartes pour les clients.

L'affichage des horaires du spa, pour les clients internes et externes à l'hôtel.

Une affiche dédiée aux clients donnant les tarifs et horaires du pressing.

L'affichage, encore inexistant des toilettes ou de l'ascenseur (avec son fonctionnement).

Un triptyque rassemblant toutes les informations importantes pour le client.

Une affiche indiquant le fonctionnement du mini-bar.

Le fonctionnement de leur cafetière.

Affiche mettant en avant la notice et l'utilisation de l'ascenseur.

- Dédiés au personnel (Annexe 6 : Communication Interne) :

De nombreuses notes de service et d'information.

La mise en place d'un menu du personnel.

Une plaquette permettant aux femmes de ménage de savoir quoi faire exactement dans chaque lieu (chambres/salle à manger/accueil)

La vérification des normes de sécurité à de leurs affichages, avec le rassemblement de chacun dans un même lieu pour permettre un unique et seul coup d'œil.

Compte-rendu des réunions.

Affichage basique : «Veuillez laisser la porte fermées» ; «Laissez la fenêtre fermée».



Communication de Crise :

Suite à un contentieux entre le propriétaire du château et un ancien de ses directeurs, un article est survenu dans l'Axonais, première presse écrite de la région. Suite à cet article, de nombreux commentaires ont commencé à affluer sur nos réseaux sociaux.

Néanmoins, après discussion avec le directeur, nous avions décidé de ne pas répondre à ces commentaires et de les ignorer, n'étant pas souvent là, le propriétaire du château reste en second plan.

Ainsi pour faire en sorte que tous ces commentaires disparaissent nous avons mis pendant une à deux semaines, de nombreuses publications sur les réseaux sociaux, parlant de nos nouveaux menus, de nos nouveaux packs, de la nouvelle équipe, ou tout simplement du lieu.

Mettant ainsi en avant toutes les nouveautés du château, de façon à montrer que celui-ci évolue sans cesse et que ces histoires ne sont que du passé.



Brigitte Pauly dommage cette UNE sur le journal l'Axonnais mauvaise pub

Triste · Répondre · Contacter · 4 sem



Autres :

Étant dans le monde de l'hôtellerie, il est indispensable d'être polyvalent. La preuve pendant ce stage aura été, qu'entre toutes ces missions de communications et d'événementielles, j'ai souvent dû apporter mon aide aux différents services du château, souvent par manque de personne.

J'ai ainsi souvent dû faire du service les soirs, ou encore les matins pour le petit-déjeuner, lors de groupes de séminaires importants comme « Cosmétique Mag » ou « Ferrari », ou de soirée comme celle de la fête des mères.

D'autres fois, j'apportais mon aide en lingerie lorsque du linge de lit ou du restaurant manquait et qu'il ne restait que trop peu de temps à la lingère pour le finir toute seule.

La réception, était l'une de nos missions revenants le plus souvent, tous les lundis et mardis, avec la prise de réservation, l'appel de taxis ou de vignerons pour permettre aux clients de bénéficier d'un service sur commande et immédiat. Ainsi que la réception des livraisons alimentaires, de vins et leurs rangements en cave.

Et pour finir, il m'est aussi arrivé quelques fois de m'occuper des chambres, avec les femmes de ménage aussi bien le matin avec leur nettoyage que le soir pour faire le service de couverture.

Des tâches qui peuvent sembler superflu pour un community manager, mais qui à mes yeux sont indispensables, pour connaître au mieux les différents services du château, chaque détail et donc d'en parler plus facilement sur les réseaux sociaux.

Mon Expérience Professionnelle

Grâce à ce stage de dix semaines fait au Château de Fère, j'ai pu me redécouvrir. J'entends par là le fait de découvrir certaines qualités professionnelles que je pensais devoir acquérir, mais qu'en fait, je disposais déjà. Bien évidemment il me reste un long travail à faire avant de devenir moi-même community manager, des qualités indispensables à acquérir.



Qualités professionnelles observées :

J'ai pu ainsi mettre en avant des traits de caractère important de ma personnalité comme l'organisation et la réactivité, qualités indispensables pour travailler dans l'hôtellerie, et encore plus lorsqu'il faut être aussi polyvalent qu'ici. Il est indispensable d'organiser ses publications, de les préparer à l'avance pour ne pas finir par être surbooké par un afflux importants de clients et de demande de création d'affiches, de menus, etc.

Je me suis découvert une aisance dans la polyvalence, je pourrais même dire que c'est ce que j'ai préféré dans ce stage. Faire de tout et ne pas tomber dans la monotonie du travail. Ce qui montre de moi un aspect volontaire, toujours prêt en cas de nécessité à venir travailler.

Ayant toujours pensé de moi que j'étais trop timide, je me suis découvert une aisance à la réception, répondre au téléphone me plaît beaucoup et accueillir les clients aussi.

Ce stage, sans professionnel du community manager m'aura aussi poussé à être autonome, pour répondre au mieux aux attentes du client et de ma direction.



Qualités professionnelles à acquérir :

Néanmoins, je manque beaucoup de confiance en moi, et c'est en ce point que je devrais m'améliorer. Je pense que je le pourrais avec le temps, avec l'expérience, j'aurai moins peur de me tromper et plus de possibilité, d'inspiration... Je me comparerai beaucoup moins au travail des autres... Car encore en apprentissage, je sais que j'ai besoin d'encore beaucoup travailler pour m'améliorer.

De même, je pense nécessaire, voire même obligatoire d'entreprendre des cours particuliers d'Anglais... Incontournable pour travailler dans l'univers de l'hôtellerie de luxe. Car même si j'arrive à en comprendre quelques mots, les appels avec la clientèle américaine et britannique reste fastidieuse...

Bilan Professionnel

Un avis professionnel n'est jamais très objectif quand il vient de soi-même, c'est pour cela que je trouve plus significatif de vous montrer l'avis d'autres personnes concernant mon travail durant ces deux mois au Château de Fère.

Je vous joint dans un premier temps une partie d'un mail venant d'une de nos dernières clientes, du groupe « Venues and Events » (*Annexe 7 : Bilan Professionnel*).

Davy - We loved how he was with us on arrival day from start to finish, I can honestly say I have never seen anyone work as hard! Constantly running between rooms completing all of our deliveries and just ensuring our guests had the best possible service.

« *Davy - Nous l'avons adoré, je peux dire honnêtement que je n'ai jamais vu quelqu'un travailler aussi dur ! Courant constamment entre les pièces, les livreries et tout simplement la réception de nos clients. Tout pour leur donner le meilleur service possible. »*

Bilan Personnel

Lors de ce stage, j'ai ainsi pu remarquer que le community management me plaisait toujours autant et que j'avais l'envie de continuer dans cette voie, d'en apprendre davantage sur ce métier pour je l'espère, en faire le mien.

Pour ce faire, j'ai envoyé il y a maintenant quelques semaines ma candidature pour « La Licence Professionnelle, Animation des Communautés et Réseaux Sociaux Numériques » (ACORS) de l'IUT Nancy-Charlemagne.

J'ai le souhait de continuer ma formation dans ce domaine pour ensuite en faire mon métier. Pour accentuer mon dossier d'inscription à cette licence, je me suis aussi mis en quatre pendant ce stage pour mettre en avant mes capacités et mes compétences de façon à poursuivre mon parcours professionnel auprès du Château en tant que Community Manager pendant cet été.

Mon travail ayant beaucoup plus, le directeur a donc décidé de me prendre pour cet été, voire même de continuer notre parcours en freelance pendant mon année de licence professionnelle (si j'y suis pris) et par la suite de potentiellement me prendre en stage pour les 13 semaines de stage de celle-ci.

Conclusion

En conclusion, nous pouvons voir qu'il est primordial pour un Community Manager d'être polyvalent pour permettre à un complexe hôtelier de cette taille de se redynamiser et de faire face à la concurrence.

Bien évidemment, il lui est nécessaire d'animer ses réseaux sociaux (ici Facebook et Instagram) tout en suivant l'e-réputation de son établissement à travers différents sites de ventes et les avis qui y sont postés. Étant la base du métier de Community Manager.

Il lui est aussi essentiel de s'occuper de tous les pôles de communication de l'établissement, aussi bien du point de vu de l'événementiel, que de l'interne. Lui permettant de connaître au mieux chaque service, chaque évènement et de communiquer le plus précisément possible.

Néanmoins, j'ai pu remarquer que dans un petit hôtel comme celui-ci, le métier de community manager ne peut être fait à temps plein, et qu'il est donc nécessaire pour celui-ci de travailler dans la polyvalence, aussi bien pour en apprendre d'avantage sur l'établissement, ses équipes, que pour contrer les mauvaises publicités avec une communication de crise conséquence.

Dans sa globalité, ce stage m'aura permis de comprendre un peu plus le métier de Community Manager et de conforter mon désir d'en faire le mien. Au travers de ces 10 semaines, j'ai pu me redécouvrir et comprendre que mes craintes de communiquer avec les autres étaient surtout fondées par ma peur du manque de compétences. Compétences que j'ai acquises et qui se trouvent être tout aussi quantitatives que qualitatives.

Mon désir reste ainsi de continuer mon chemin vers une Licence dans le Community Management pour me spécialiser dans ce domaine.

Annexes

Sommaire

La communication, une arme face à la concurrence

Annexe 1 : Affiches.....	33
Annexe 2 : Photographies pour les Réseaux Sociaux.....	40
Annexe 3 : Séjour et Pack.....	44
Annexe 4 : Publicité des Pompiers.....	50
Annexe 5 : Communication Commerciale.....	51
Annexe 6 : Communitation Interne.....	53
Annexe 7 : Bilan Professionnel.....	68

Annexe 1 : Affiches

1.1 : Affiche d'activité.



ROOM

Château has 10 suites and 25 rooms available. The continuous desire to ensure our clients well being has led us to create a comfortable environment for the mind as well as the body. Individual salons, spacious rooms, and veritable havens of peace will let you live your moments of relaxation to the fullest.

Its ten suites and twenty-five rooms are equipped with every modern comfort, including wifi, flat screen televisions, DVD players and minibars, without forgetting a Spa. The furniture and decoration vary with each room, giving each a different atmosphere.

DINING

The superb dining rooms with their paneled walls are a privileged setting for refined cuisine. The savors, contrast, and harmony of the ingredients highlight the Chef's virtuosity. The Chef transforms with talent the classical with a purity that suits so well to today's prestigious cuisines. The gastronomic restaurant terrace facing the renaissance bridge of the old castle is available in the summer time to enjoy delicate meal in a grandiose historical environment.

The charming view of the old castle ruins together with the tasting of the dishes is guaranteed to leave you with an unforgettable gastronomical experience.



HANA SPA

The Château de Fere chose for its partner the prestigious Parisian label CINQ MONDES specializing in spa treatments. This alliance is a perfect match since the Château de Fere has always insisted on blending the hotel's historical and traditional charm with a contemporary flair, whereas CINQ MONDES develops unique experiences and first-rate service with unfailing attention to quality, service and ceremony. From this encounter is born «LE HANA SPA» of Château de Fere.

ACTIVITIES

The Château de Fere offers exquisite moments of relaxation and sport in an exceptional setting: tennis, swimming pool, horseback riding, and bicycle rides in the beautiful surrounding riding, and bicycle rides in the beautiful surrounding forest; and bicycle rides in the beautiful surrounding forest; you will even have the possibility of flight on a hot air balloon. Golf enthusiasts will have access to several nearby golf courses.

The marvelous setting of the Champagne region, embellished by its vineyards, colors and architectural treasures will give a touch to your visit.

Annexe 1 : Affiches

1.2 : Affiche Menu de Pâques



Château de Fère
HOTEL & SPA
Route de Fismes - 02130
Fère-en-Tardenois

**MENU DE
PÂQUES**

**DIMANCHE 21
ET
LUNDI 22 AVRIL 2019**

Nos entrées :
Foie Gras de Canard, Brioche tiède, Gelée de Ratafia et Condiments.
Duck Foie Gras, Warm Brioche, Ratafia Jelly and Condiments.

&

Oeuf Parfait, Velouté de Champignons de Soissons, Morilles et Pleurotes grises.
Perfect Egg, Velvety of Soissons Mushroom, Morel and Gray Oyster.

Nos plats :
Maire, Petits Pois à la Française, Emulsion au lard
Black Seabass, French pea, Bacon emulsion

Ou

Agneau, Pressé de Patates Douces et Igrames, Asperges Vertes et Jus Truffé.
Lamb, pressed sweet potato and yam, Green Asparagus, truffled juice.

Nos desserts :
Nid de Pâques - *Easter nest*
(Chocolat, Meringue, Fruit, Raffaelo).

&

Mignardises

65€ PAR PERSONNE
HORS BOISSONS

Reservation souhaitée : 03.23.82.21.13

Annexe 1 : Affiches

1.3 : Dégustations de Champagne

DÉGUSTATION DE CHAMPAGNES

DIMANCHE 5 MAI
A PARTIR DE 11 H 00

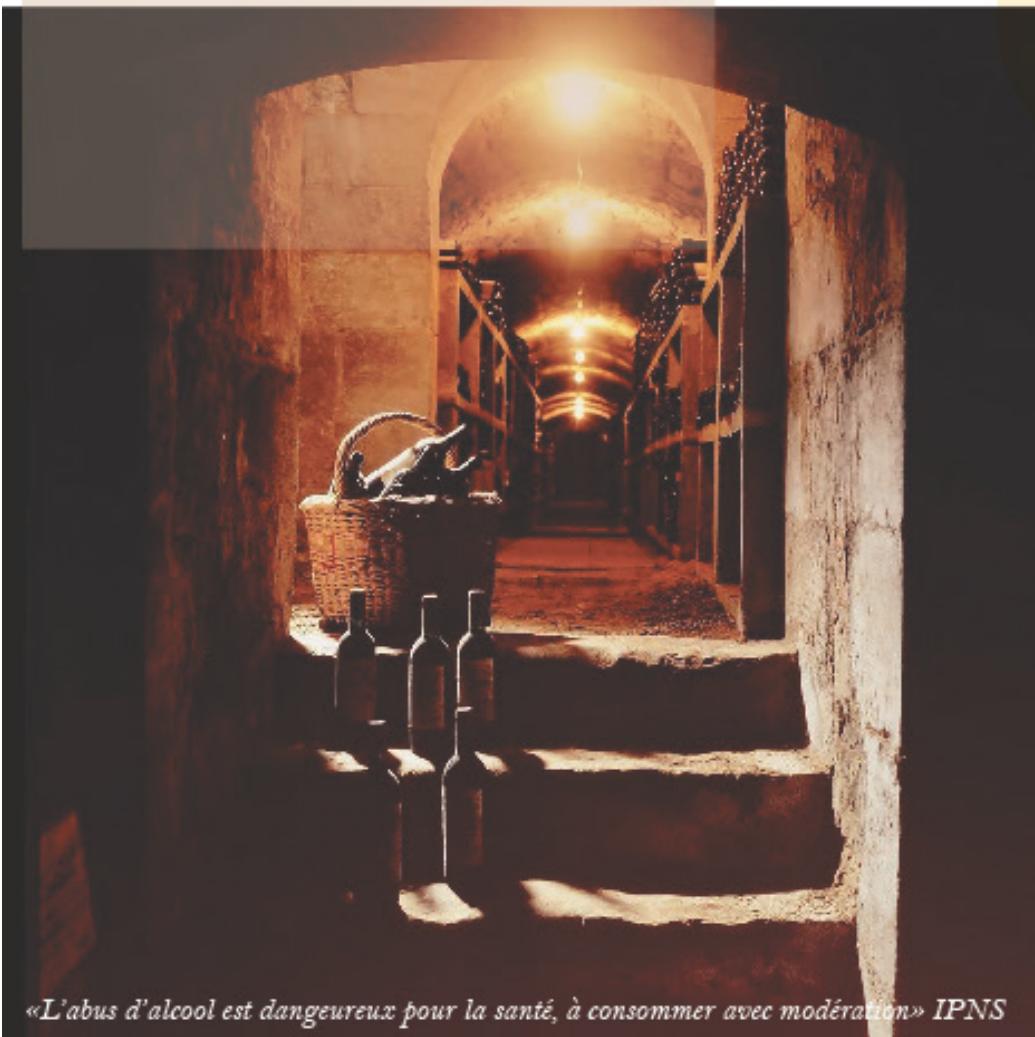
Au travers d'un voyage de 45 min, venez découvrir ou redécouvrir notre cave en dégustant trois nouvelles propositions d'accords Fromages & Champagnes.

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.



RESERVATION
AU
03.23.82.21.13

35€
PAR
PERSONNE



 chateaudefere
 ChateauDeFere
 ChateaudeFere

Annexe 1 : Affiches

1.3 : Dégustations de Champagne

DÉGUSTATION DE CHAMPAGNES

DIMANCHE 12 MAI
A PARTIR DE 11 H 00



RESERVATION
AU
03.23.82.21.13

35€
PAR
PERSONNE

Au travers d'un voyage de 45 min, venez découvrir ou redécouvrir notre cave en dégustant trois nouvelles propositions d'accords Mets & Champagnes.

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.



 chateaudefere

 ChateauDeFere

 ChateaudeFere

Annexe 1 : Affiches

1.3 : Dégustations de Champagne

DÉGUSTATION DE CHAMPAGNES

DIMANCHE 28 AVRIL

A PARTIR DE 11 H 00

[f ChateaudeFere](#) [chateaudefere](#) [ChateauDeFere](#)



Au travers d'un voyage de 45 min, découvrez notre cave et dégustez nos trois propositions d'accords Fromages & Champagnes.

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.

**35€
PAR
PERSONNE**

RESERVATION AU 03.23.82.21.13



«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération» IPNS



DÉGUSTATION DE CHAMPAGNES

DIMANCHE 21 AVRIL

A PARTIR DE 11 H 00

Au travers d'un voyage de 45 min, découvrez notre cave en dégustant deux propositions d'accords Fromages & Champagnes, avec exceptionnellement un accord Chocolat & Ratafia.

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.

**35€
PAR
PERSONNE**

RESERVATION AU 03 23 82 21 13

«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération» IPNS



[f ChateaudeFere](#) [chateaudefere](#) [ChateauDeFere](#)

«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération» IPNS

DEGUSTATION

RESERVATION

au

03.23.82.21.13

Afin de vous recevoir au mieux de nos exigences nous formons des groupes de 12 personnes.



35€



TOUS LES DIMANCHE

Le Château de Fère vous ouvre les portes de sa cave pour une visite et trois propositions d'accords mets & champagne ou d'accords mets & vins.



[chateaudefere](https://www.instagram.com/chateaudefere) [ChateauDeFere](https://www.facebook.com/ChateauDeFere) [ChateaudeFere](https://www.twitter.com/ChateaudeFere)

Annexe 1 : Affiches

1.4 : Affiche Menu Fête des Mères

Reservation souhaité au :
03.23.82.21.13
ou par mail à :
reception@chateaudefere.com

Route de Fismes
02130 Fère en Tardenois

Château de Fère
HOTEL & SPA

**HAPPY
Mother's
DAY!**

95€
par personne

Bonne Fête Maman
Une coupe de champagne offerte

Lapin / Estragon / Citron
Rabbit / Tarragon / Lemon

Daurade / Légumes / Bouillon Thai
Bream / Vegetables / Thai Broth

Volaille Fermière / Foie Gras / Morilles
Farm Poultry / Foie Gras / Morels

Brie Pistache Miel
Honey Pistachio Brie

Le Chocolat

Menu Enfant
de 8 à 14ans

Foie Gras

Volaille Fermière
Farm Poultry

Le Petit Chocolat

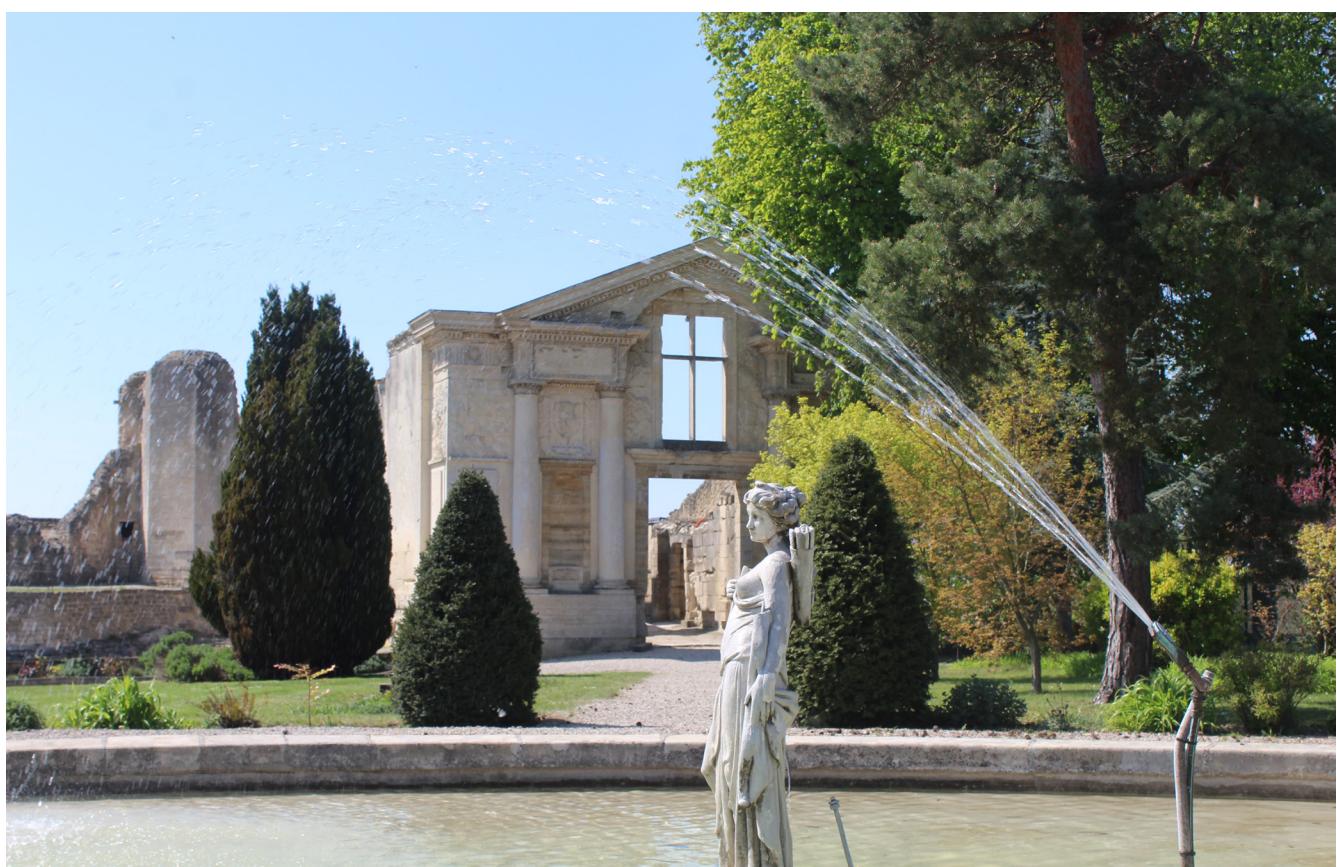
35€
par enfant

Annexe 1 : Affiches

1.5 : Affiche de Réouverture du Spa



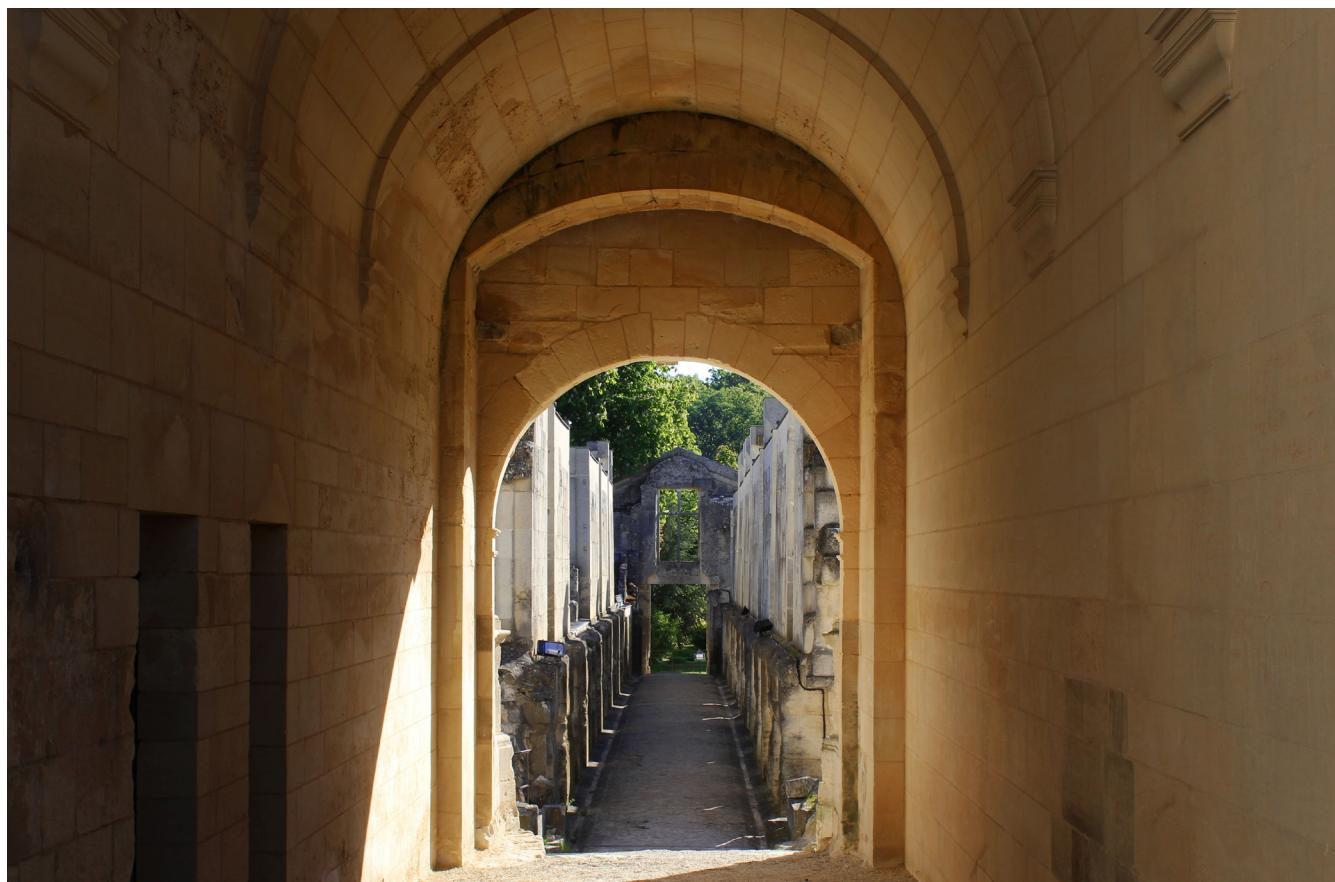
Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 2 : Photographies pour les réseaux sociaux



Annexe 3 : Séjour et Pack

3.1 : Pack bien-Être



Château de Fère
HÔTEL & SPA
Route de Fismes,
02130 Fère en Tardenois



RELAX DAY

TOUS LES DIMANCHES À PARTIR DU 9 JUIN.

SÉANCES DE REIKI À 9, 10 & 11H00
SUR RESERVATION

135 €
LA JOURNÉE
PAR PERSONNE

[ChateaudeFere](#) [ChateauDeFere](#) [chateaudefere](#)

Pour toutes réservations
03.23.82.21.13
reception@chateaudefere.com

PROGRAMME

Besoin d'un instant détente ? D'une bonne journée de repos ? Venez découvrir ou redécouvrir avec nous le Reiki à travers nos soins.

-  Une séance d'une trentaine de minutes de Reiki avec Thé.
-  Déjeuner Vegan (*Hors Boisson*) :
 - L'Instant Potager
 - Petit Epeautre, Asperges et Morilles
 - La Dame Coco
-  Accès au spa (*non privatisé*), au court de tennis et à la piscine tout le reste de la journée.
Avec modeuses à votre disposition (*massage en supplément*) - de 10 h 00 à 20 h 00.

Annexe 3 : Séjour et Pack

3.2 : Séjour Louis VI



SEJOUR LOUIS VI
CHÂTEAU DE FERE HOTEL & SPA
2 NUITS & 3 JOURS POUR 2 PERSONNES

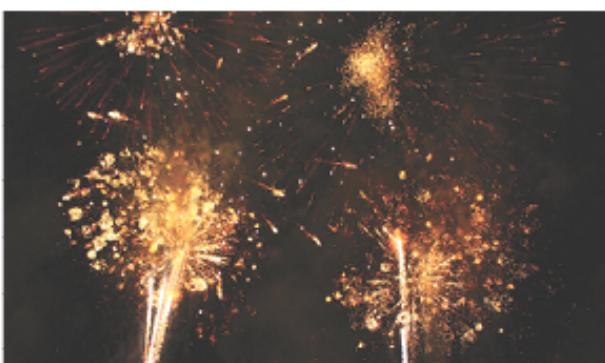


Le Château de Fère Hôtel et Spa 5 étoiles est membres de la prestigieuse collection Small Luxury Hôtels qui réunit plus de 500 Hôtels, Resorts et Spas indépendants parmis les plus luxueux et singuliers du monde.

L'ART DE LA VILLÉGIATURE

Le Château et son environnement est une destination de villégiature unique dans un environnement naturel et historique exceptionnel, au bord du Lac de Fère en Tardenois et de sa forêt domaniale, aux portes de la Champagne, ou encore prêt de nos ruines du vieux château.

Au sein de notre domaine, 1 court de tennis, des vélos, une piscine extérieure au panorama exceptionnel ainsi que des itinéraires de course à pied sont mis à votre disposition.



LE CHOIX DE LA DÉMESURE

Un feu d'artifice d'une dizaine de minutes vous attend. Découvrez un spectacle pyrotechnique concocté spécialement pour vous.



UN ART DU CORP ET DE L'ESPRIT

Au portes de la Champagne, le SPA du Château de Fère vous offre un espace unique dédié au corps et à l'esprit, où règne sérénité et luxe.

L'exceptionnelle énergie qui circule dans ce lieu offre une expérience privilégiée de relaxation et de bien-être le temps d'un séjour sur mesure.

L'accès aux installations du Spa (Hammam, Sauna, Jacuzzi) vous est ainsi ouvert pour la totalité de votre Séjour.

Annexe 3 : Séjour et Pack

3.2 : Séjour Louis VI

AUX PORTES DE LA CHAMPAGNE

Le Château de Fère vous propose un séjour inoubliable construit autour du Champagne.

- Visite de Producteurs Locaux
- Dégustation privatisée dans nos caves.
- Accord Met & Champagne pour vos repas.

UNE DÉCOUVERTE POUR UN ÉVÉNEMENT :
Feu d'artifice, petit déjeuner, à votre arrivée... autant de propositions possibles.



SÉJOUR LOUIS VI
CHÂTEAU DE FERE HOTEL & SPA
2 NUITS & 3 JOURS POUR 2 PERSONNES



03.23.82.21.13
reception@chateaudefere.com



7500 €

AU PROGRAMME :

JOUR 1 : DÉBUT DU SÉJOUR

Un chauffeur vous récupère où vous le souhaitez* et reste à votre disposition tout le reste du Séjour.

Arrivée au Château, coupe en main pour 18h00.

La suite de la Reine vous attends, avec une belle bouteille de Champagne.

Assistez à votre Feu d'Artifice.

Dégustez votre menu découverte 7 Plats accord mets et Champagne.
* dans un rayon d'environ 2h00 en voiture du château.

Annexe 3 : Séjour et Pack

3.2 : Séjour Louis VI

JOUR 2 :

Petit Déjeuner Champagne en chambre.

Votre soin couple de 50 minutes au choix et accès au Spa privatisé pour le reste de la matinée.

Déjeuner.

Visite de deux maisons de Champagnes (Meteyer, Dom Pérignon).

Votre soin couple de 50 minutes au choix et accès au Spa pour le reste de la matinée.

Découvrez Notre sélection de Champagne.

Dégustez votre menu découverte 7 Plats accord mets et Champagne.

JOUR 3 :

Petit Déjeuner Champagne en chambre.

Votre soin couple de 50 minutes au choix et accès au Spa privatisé pour le reste de la matinée.

Visite privative de notre cave et dégustation.

Déjeuner.

Notre chauffeur vous ramènera ensuite où vous le souhaitez*.

FIN DU SÉJOUR



Annexe 4 : Publicité des Pompiers

Château de Fère
Route de Fismes
02130 Fère-En-Tardenois
03.23.82.21.13

★★★★★ HOTEL & SPA

Hostellerie - Restauration - Spa
Location Mariage & Séminaire

 ChateaudeFere  chateaudefere
www.chateaudefere.com

Annexe 5 : Communication Commerciale

5.1 : Carte du Bar

LES WHISKYS SINGLE MALT (4cl)

- EILAN GILLAN «BLAIR ATHOL 1998»	22€
- LAGAVULIN 16ANS	20€
- HIRIKI	20€
- MIYAGIKYO 10ANS	25€
- GLENLIVET 15ANS	22€
- OBAN 14ANS	20€
- TALISKER 10ANS	19€

LES BOISSONS SANS ALCOOL

LES EAUX MINÉRALES

- EVIAN, BADOIT, SAN PELLEGRINO (50cl)	5€
- EVIAN, VITTEL (100cl)	7€
- BADOIT, SAN PELLIGRINO (100cl)	7€
- EAU DE PERRIER FINE BULLES (100cl)	7€
- CHATELDON (70cl)	8€

LES BOISSONS SANS ALCOOL

- COCA-COLA, ORANGINE, LIMONADE	7€
- TONIC SCHWEPPES	7€
- JUS DE FRUITS (Ananas, Orange, Pomme)	8€
- JUS DE FRUITS PRESSÉS (Orange ou Pomme)	11€

LE COCKTAIL SANS ALCOOL

- COCKTAIL DE JUS DE FRUITS	8€
-----------------------------	----

LES BOISSONS CHAUDES

- CAFÉ EXPRESSO, DÉCAFÉINÉ	5€
- CAPPUCCINO	7€
- CAFÉ CHAMPOENOIS (Marc de Champagne, Café et Crème Fouettée)	20€
- CHOCOLAT CHAUD	8€
- LES THÉS & INFUSIONS	

THÉ NOIR, NOIR PARUMÉ	7€
MÉLANGE «VÉNITIEN»	7€
TISANE : CAMOMILLE, VERVEINE	7€
ROOIBOS : CITRUS PARFUMÉ	7€
INFUSION : MENTHE, CAMOMILLE, VERVEINE, TILLEUL	8€
THÉ CEYLON ORANGE PÉKEO	12€



Château de Fère
★★★★★ HOTEL & SPA

LA CARTE DU BAR



LES COCKTAILS MAISONS

- BLACK RUSSIAN	14€
- L'EMPEREUR (Fleur d'Hibiscus et Champagne)	18€
- COCKTAIL DU CHÂTEAU (Ratafia rouge et Champagne)	18€
- LE BELLINI (Crème de Pêche et Champagne)	18€

LES VERMOUTHS ET AUTRES

- MARTINI (Dry, blanc, Rouge)	12€
- GIN (Bombay Sapphir, Citadelle)	14€
- VODKA (Absolut, Zubrowska, Tigre Blanc)	14€
- VODKA GREY GOOSE, BELVÉDÈRE	19€

LES ANISÉS

- RICARD	6€
----------	----

LES PORTOS

- TAYLOR'S «CHIP DRY BLANC»	14€
- BURMESTER LVB 2011 (Rouge)	15€
- TAWNY/RUBY 10 ANS (Rouge)	10€

LES CALVADOS

- CHÂTEAU DU BREUIL «FINE CALVADOS»	12€
- CHÂTEAU DU BREUIL 15 ANS D'ÂGE	20€

LES EAUX DE VIE DE FRUITS (4cl)

- POIRE WILLIAM, MIRABELLE, FRAMBOISE	15€
- MARC DE CHAMPAGNE	14€
- MARC DE CHAMPAGNE «Clos des Goissons»	17€
- FINE DE CHAMPAGNE	14€
- VIELLES PRUNES	15€

LES ARMAGNACS

- DOM, CHIROULET «RESERVE 15 ANS»	18€
- DOM, CHIROULET «TERANEZE 1979»	22€
- ARMAGNAC (L. Roque) XO	19€

LES BIÈRES

- 1664, HEINEKEN, LEFFE BLONDE (25cl)	7€
---------------------------------------	----

LES COGNACS (4cl)

- HENNESSY VERY SPECIAL	18€
- FINE DE COGNAC HENNESSY	18€
- COGNAC XO (L.Roque)	20€
- COGNAC DELAMAIN XO «PALE & DRY»	20€
- LEOPOLD GOURMET «ÂGE DU FRUIT» 10ANS	20€
- LEOPOLD GOURMET «ÂGE DES FLEURS» 15ANS	29€

LES RHUMS

- RHUM PYRAT RESERVE	20€
- RHUM DOM PAPA	17€
- RHUM BLANC/AMBRÉ	14€

LES CRÉMES ET LIQUEURS

- BAILEYS, KAHLUA, FERNET BRANCA	14€
- MANDARINE IMPERIALE	14€
- AMARETTO DISARONNO	14€
- GET 27	14€
- LIMENCCELLO	14€
- MALIBU	14€
- GRAND MARNIER, COINTREAU	14€
- GENIÈVRE D'ALAMBIC	14€

LES WHISKYS (4cl)

- BALLANTINES (Blend)	12€
- JOHNNIE WALKER RED LABEL (Blend)	14€
- JACK DANIELS (Whisky)	14€
- HUDSON BABY (Bourbon)	20€
- FOUR ROSES (Bourbon)	15€
- CHIVAS REGAL 12ANS (Blend)	18€
- J&B (Blend)	12€
- NIKKA PURE MALT RED (Blend)	22€

Annexe 5 : Communication Commerciale

5.2 : Dépliant

État de ruine actuel résulte d'abord de la vente des toitures puis des autres matériaux par Philippe-Egalité, cousin de Louis XVI, en 1799. Les dégâts des tours seraient dues à des essais d'explosifs allemands en 1914-1918. Inscrit au Patrimoine historique depuis 1843, le château a bénéficié de plusieurs campagnes de restauration. Raymond de la Tramerye, directeur des Usines Tubex à Fère achète la ruine et en entreprend à ses frais, et avec l'aide d'associations, la restauration dans les années 1970. Vous remarquez sa tombe près de l'escalier d'accès pont-galerie.

Actuellement propriété du Conseil Général, le château bénéficie de nouvelles campagnes de restauration, de fouilles et d'un entretien régulier.

CHASSE AU TRÉSOR (UNE COUPE DE CHAMPAGNE À GAGNER) :

Dans l'enceinte de l'Hôtel, au rez-de-chaussée, vous trouverez l'emblème de notre blason : un Pélican, avec deux dates distinctes : 1607 et 1732.

À vous de les trouver et de tenter de remporter une coupe de champagne !



Histoire du château de Fère

« La terre de Fère fut donnée par Clovis à Sainte Geneviève pour les commodités de son voyage de Paris à Reims ... Le domaine passe ensuite aux archevêques de Reims et est acquis à la fin du 12ème siècle par Robert de Dreux, frère de Louis VIII. En 1203, il fait construire ce château-fort dans le parc forestier à une lieue au Nord de Fère. Il dresse son enceinte de 7 grosses tours sur une motte gréseuse dont les flancs sont recouverts de pavés, et entourée de douves sèches. La base prismatique des tours reste toujours inexplicable : raison ballistique ou simplement décorative ?

Réuni à la couronne en 1407, le domaine de Fère est donné en 1527 par François Ier et sa mère Louise de Savoie en cadeau de mariage à Anne de Montmorency et Madeleine de Savoie (Nièce de Louise) qui s'occupera de sa gestion. En 1535-1539, une campagne de rénovation du château est entreprise : logis, galeries, cuisine s'élève autour de la cour, les chambres de tir des tours sont transformées en chambre d'agréement, les archères sont murées et des fenêtres sont percées, la porte d'entrée est réhabilitée à l'antique entre deux colonnes ornées des alérions (petits aigles) des Montmorency. Enfin entre 1555 et 1560, probablement sous la direction de l'architecte Jean Bullant (vers 1520-1578), la vieille forteresse est reliée à la cour d'entrée par un unique pont-galerie à deux étages dont les cinq arches enjambent les douves. C'est le seul exemple connu, Chemorceaux, enjambe le Cher. Au 1^{er} étage, se trouvait une salle de bal (remarquez la cheminée côté cour). Le rez-de-chaussée, servant de passage, aboutit sur la cour par un pavillon d'entrée à la façade en arc de triomphe avec, colonnes, niches et fronton. Comme l'écu des Montmorency, avec ses alérions, qui orne la pile centrale du pont, ce portail est attribué sans preuve au sculpteur Jean Goujon (v. 1510-1566).



SMALL
LUXURY
HOTELS
OF THE WORLD

02130 Fère-en-Tardenois
Téléphone 03 23 82 21 13
www.chateaudefere.com - reception@chateaudefere.com

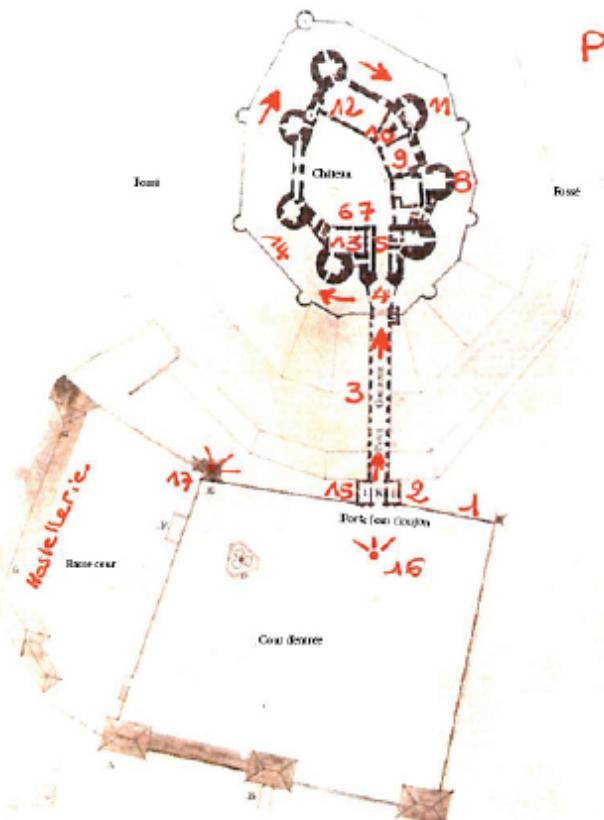


Fig. 180 - Plan du château, du pont, de la cour, des pavillons et de la basse-cour par Mr André Blanchecotte, architecte.

Fig. 157 et 180, in Etienne Moreau-Nélaton, Histoire de Fère-en-Tardenois, t1, Paris, 1911

- 1 : Tombe de Raymond de la Tramerye. (19... -) Notez ses dates !
- 2 : Escalier d'accès. Soyez prudent ! Prenez à droite le pont-galerie.
- 3 : Pont-galerie. Observez le «glacis» recouvert de pavés, les fenêtres hautes du 1^{er} étage, la hauteur des arches.
- 4 : Entrée du château-fort, remaniée au 16ème siècle : tours en éperon, fenêtres à meneaux, colonnes corinthiennes aux «alérions» (petits aigles) grattés à la Révolution. Cherchez les moins abîmés contre le mur.
- 5 : Voûte d'entrée. La porte de la garde, au fond à droite est fermée !
- 6 : Cour. Le puits au centre a disparu.
- 7 : Derrière la barrière, l'accès à la cave (et aux souterrains qui auraient permis de relier Fère) est interdit.
- 8 : Sous la chapelle (remarquez le départ des voûtes) se trouvait la sommellerie.
- 9 : Chambre du Roi.
- 10 : Grand escalier : l'un des premiers escaliers droits.
- 11 : Tour de la prison...
- 12 : Vestiges de la grande salle basse.
- 13 : Cuisine. Le garde-manger contre la voûte d'entrée est bien frais.
- 14 : Chemin de Ronde. Remarquez la base prismatique des tours (raison ballistique ou décorative ?)
- 15 : A droite avant la porte, levez les yeux vers la cheminée du 1^{er} étage : à côté se tenait le buffet de la salle de bal ou «gobelet du roi».
- 16 : Porte Jean Goujon : magnifique exemple de sculpture Renaissance. Avancez de quelques pas dans le jardin de l'hôtel-restaurant pour bien l'admirer !
- 17 : De la petite terrasse carrée, belle vue sur les 5 arches, avec les armes des Montmorency sur celle du milieu.

Annexe 6 : Communication Interne

6.1 : Horaires du spa



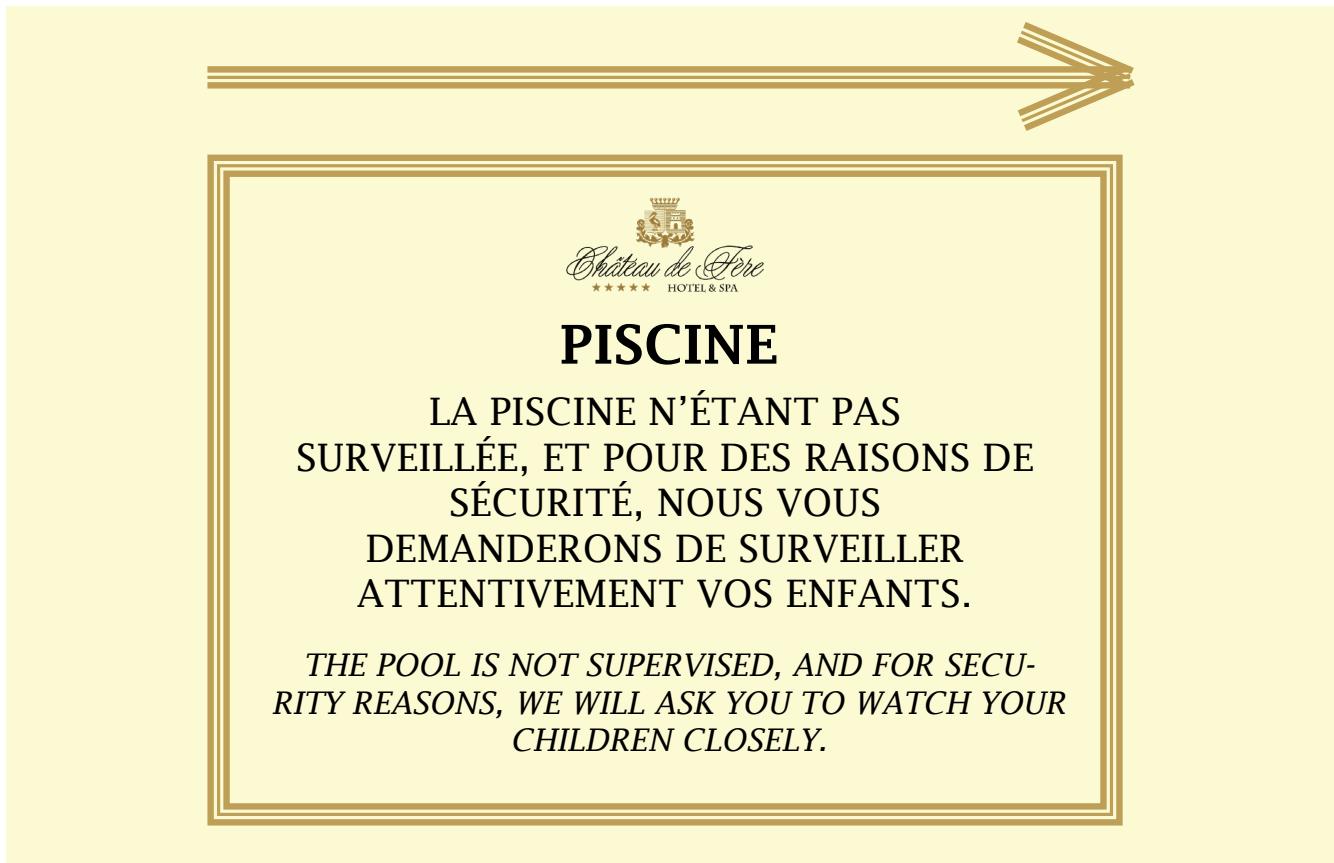
Réservation de soins uniquement sur rendez-vous auprès de la réception de l'hôtel,
en semaine.

Merci de venir directement au spa avec le peignoir et les chaussons fournis dans
votre chambre.

*Reservation of treatments only by appointment at the reception of the hotel, during the week.
Please come directly to the spa with the bathrobe and slippers provided in your room.*

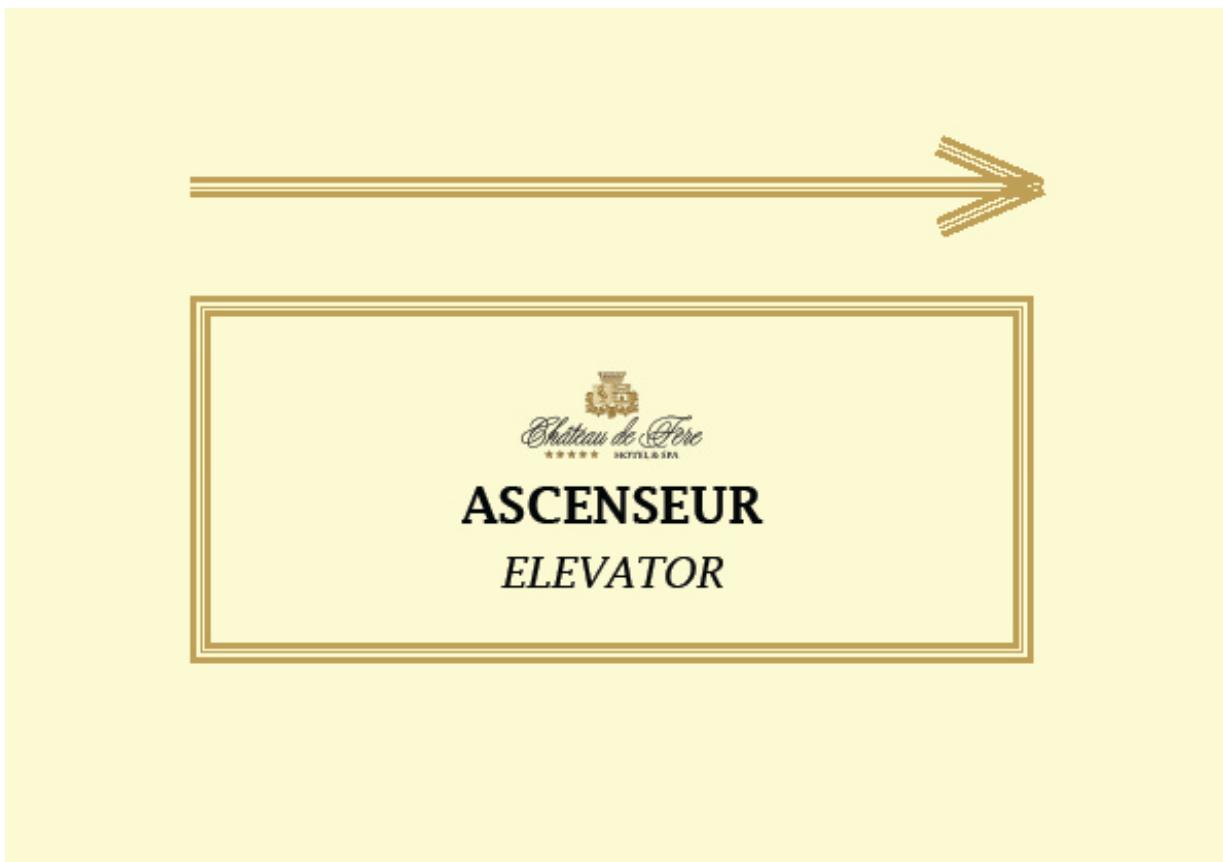
Annexe 6 : Communication Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communication Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.2 : Panneaux directionnels



Annexe 6 : Communication Interne

6.3 : Tryptik informationnel

BREAKFAST MENU

**CONTINENTAL À 21 €
PAR PERSONNE :**
CONTINENTAL AT 21 € PER PERSON :



**Viennoiserie , Pâtisserie, Pain,
Baguette Bio, Pain de Mie, Brioche.
Viennoiserie, Pastry, Bread,
Organic baguette, mix bread, brioche.**

Salade de Fruits - Fruit salad

Yaourt - Yogurt

Beurre - Butter

**Boissons Chaudes et Froides
Hot and cold drinks**

Céréales - Cereals

Confitures - Jams



DES LIEUX CHARGÉS D'HISTOIRE

Sur la Route des Sacres, en 1206, le Comte Robert II de Dreux, petit-fils du Roi de France Louis VI, a acquis la terre de Fère, et y fit élever une forteresse.

Les Maîtres de Fère se succèdent dans l'enceinte du château fort, laissant l'empreinte de leur passage.

En 1539, le Connétable Anne de Montmorency transforme la Forteresse en Château de Plaisance et jette sur le fossé en 1560 un Vladuc de Pur Style Renaissance, en remplacement du pont médiéval.

C'est en 1779 que ce Château fut démantelé pour vendre le mobilier et les matériaux le composant.

La bâtie fut aménagée en Château Moderne en 1863, et converti en hostellerie.

Celle-ci fut un des premiers Châteaux ayant été transformé en hôtel, en 1956.

NUMÉRO DE TÉLÉPHONE :

**Réception et Conciergerie - 9
Petit-Déjeuner (Breakfast) et Room Service - 3**

**Autre Chambre - 5 + Numéro de Chambre
(Ex. Chambre 2 : 502)**
Other Room - 5 + Room Number (Ex. Room 2 :

**Assiette de Saumon Fumé Maison - 12 €
Plate of Homemade Smoked Salmon**

**Assiette de Charcuterie Locale - 9 €
Local charcuterie Plate**

**Assiette de Saucisses - 9 €
Plate of Sausages**

**Assiette de Fromages - 8 €
Plate of Cheese**

**Pancake et Sirop d'Erables 3 Pièces - 7 €
Pancake and Maple Syrup 3 Pieces**

Crêpes 3 Pièces - 4 €

**Crêpes sans Gluten 3 Pièces - 3 €
3 Piece Gluten Free Pancakes**

Caviar 30 Gr - 90 €

Flûte de Champagne Brut ou Rosé - 15 €



LES OEUFS / EGGS - 8 €

Oeuf Brouillé - Scrambled Egg

**Omelette (Nature, Fines Herbes,
Champignons, Fromages)
Omelette (Nature & Fine Herbs, Mushrooms,
Cheeses)**

Oeufs sur le Plat - Fried Eggs

INTERNATIONAL - 0 + numéro

Pour les appels internationaux, il faut composer le 0 + indicatif pays.
For international calls, please dial 0 followed by the country code.

URGENCES:

POMPIERS - 18

POLICE - 17

SAMU - 15

CHAINES TV

1 - TF1

2 - France 2

3 - France 3

5 - France 5

6 - M6

7 - Arte

8 - C8

9 - W9

10 - TMC

11 - NT1

12 - NRJ12

13 - LCP

14 - France 4

15 - BFM TV

16 - C News

17 - C Star

18 - Gulli

19 - France Ô

TV CHANNELS

20 - HD1

21 - L'équipe 21

22 - 6Ter

23 - Numéro 23

24 - RMC

25 - Chérie 25

26 - LCI

27 - France Info

34 - Disney Channel

35 - Disney Channel

VO

37 - BBC World

38 - CNN

39 - TV International

40 - NHK World TV

41 - CC TV

42 - BVN TV

43 - Rai 1



ROOM DIRECTORY

Notre Histoire

**Numéro de Téléphone
Phone Number**

Urgences

**Chaines TV
TV Channels**

Room Service Menu

**Carte du Petit Déjeuner
Breakfast Menu**



**ROOM SERVICE MENU
Carte / Menu :**

Foie Gras 90g - 35 €

**Rillette de Canard au Foie Gras 90g - 16 €
Duck Rillette with Foie Gras**

Rillette de Porc / Pork rillette 90g - 10 €

**Assiette de Saumon Fumé Maison - 28 €
Homemade Smoked Salmon Plate**

Caviar 30g - 120 €

**Assiette de Charcuterie Locale - 18 €
Local charcuterie plate**

Assiette de Fromages / Plate Cheese - 18 €

Salade Verte / Green Salad - 14 €

Les Bocaux / The Jams - 31 €

Parmentier de Canard / Duck Parmentier

Colin aux Légumes / Colin with vegetables

Tagliatelle Carbonara / Tagliatelle Carbonara

Pennes à la Bolognaise / Penne with Bolognese

Dessert :

Salade de Fruits / Fruit Salad - 11 €

Annexe 6 : Communication Interne

6.4 : Room Service



Foie Gras 90g - 35 €

Rillette de Canard au Foie Gras - 16 €
Duck Rillette with Foie Gras 90g

Rillette de Porc / Pork rillette 90g - 10 €

Assiette de Saumon Fumé Maison - 28 €
Homemade Smoked Salmon Plate

Caviar 30g - 120 €

Assiette de Charcuterie Locale / Local charcuterie plate - 18 €

Assiette de Fromages / Plate Cheese - 18 €

Salade Verte / Green Salad - 14 €

Les Bocaux / The Jarms - 31 €

Parmentier de Canard / Duck Parmentier

Colin aux Légumes / Colin with vegetables

Tagliatelle Carbonara / Tagliatelle Carbonara

Pennes à la Bolognaise / Penne with Bolognese

Dessert :

Salade de Fruits / Fruit Salad - 11 €

Yaourt Fermier Nature ou aux Fruits - 5,5 €
Nature or Fruit Yogurt

Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.5 : Note de Service

Fère en Tardinois, 20 Mai 2019

Destinataire : A tous les Employés

Objet : Note de Service N°1 concernant les entrées de service et les pauses.

Toutes les entrées de services seront fermées et ouvertes avec la décision des chefs de services selon les besoins de service.

Quant aux pauses, celles-ci doivent être prises à l'extérieur de l'entrée de service principale, au sous-sol.



Bruno NOAILLY
Directeur

Annexe 6 : Communication Interne

6.6 : Notes d'information

Fère en Tardenois, 19 Avril 2019

Destinataire : Reception

Objet : Note d'Information N°1 relative aux Conditions Générales des Réservations

Suite aux modifications des conditions générales de réservations sur nos sites je vous les communique de façon à les appliquer au sein même du Château.

- Le client pourra **annuler gratuitement sa réservation jusqu'à 30 jours avant son arrivée.**
- Il devra verser **30% du montant total de sa réservation s'il annule dans les 30 jours précédent l'arrivée.**
- Si le client **ne se présente pas à l'établissement ou s'il vient à partir plus tôt**, il sera **facturé le montant total de sa réservation.**
- Le client devra toujours **payer un accompte de 30% du montant total lors de sa réservation.**



Annexe 6 : Communication Interne

6.6 : Notes d'information

Fère en Tardenois, 6 Mai 2019

Destinataire : Reception

Objet : Note d'Information N°2 relative aux Noms et Prix des Chambres et Suites.

Suite aux modifications du Noms et des prix des chambres et suites de l'établissement, je vous informe de leur nouvelles dénominations :

- Chambre Classique : Chambre Luxe.
- Chambre Deluxe : Chambre Supérieure.
- Suite / Junior Suite : Suite du Roi.
- Suite Balnéo : Suite de la Reine.

Veuillez trouver ci-dessous le nouveau tableau tarifaire selon les saisons :

	Basse Saison du 01/11 au 31/03	Saison du 01/04 au 30/04 du 01/08 au 31/10	Haute Saison du 01/05 au 31/07
Chambre Luxe	155 €	175 €	195 €
Chambre Supérieure	195 €	245 €	295 €
Suite du Roi	295 €	350 €	495 €
Suite de la Reine	350 €	490 €	590 €



Davy Granson
Community Manager

Annexe 6 : Communication Interne

6.7 : Fiche Pressing

Date :

N° Chambre (Room) :

Nom Client (Guest Name) :



Tarifs Château de Fère Pressing

Articles	Tarifs (Prices)	Nombre	Total	Articles	Tarifs (Prices)	Nombre	Total
Pantalon Trousers	8,00 €			Jupe Skirt	9,90 €		
Veste Jacket	10,00 €			Slip Underpants	4,50 €		
Robe Simple Simple Dress	12,00 €			Chaussette Sock	4,50 €		
Robe Soirée Long Dress	19,00 €			Maillot Shirt	6,50 €		
Chemise Shirt	7,50 €			Cravate Tie	7,50 €		
Chemise en Soie Silk Shirt	9,00 €			Gilet Cardigan	9,00 €		
Pull Jumper	8,00 €			Short	6,50 €		
Corsage Top	7,50 €					Prix Total :	

Horaires d'ouverture : Dépot avant 9h et retour maximum 24h après (fermeture le dimanche et le lundi).

Opening Time : Deposit before 9h and maximum return 24h after (closed on Sunday and Monday).

FIM' PRESSING - 34, Place de l'Hotel de Ville 51170 FISMES - 03 26 48 04 04 - RC 524 519 485

Annexe 6 : Communica- tion Interne

6.8 : Affichage pour le personnel

NE PAS OUVRIR
DO NOT OPEN



Annexe 6 : Communication Interne

6.9 : Fiche Mini bar



Annexe 7 : Bilan Professionnel

7.1 : Lettre de Venues and Events

1st June 2019

Dear Bruno,

I wanted to take the time to feedback to yourself, the entire team and your management team about our event which happened with you on Monday 27th May through to Wednesday 29th May 2019 on behalf of Avon.

I have to start by saying the pre event communication and flexibility from Laurent and yourself has been fabulous. We were so impressed you opened up the Chateaux for us to complete a site inspection during your close down months and have been responsive to all of our questions and requests. As for yourself whilst we have been on site, I cannot thank you enough! You have been a superstar! Nothing has been too much trouble from giving a welcome speech on the property over dinner, to helping me amend a PDF document and print! Your customer service is outstanding and you have a true work ethic of getting involved and helping everyone.

As for the Chateaux itself, wow! It has exceeded my expectations in every way. It is a beautiful property with each bedroom being individual style but not losing the class and elegance of the Chateaux. The ruins create the most amazing views both day and night. The bar and dinning rooms are a great size and with the terrace you really can cater for all requirements and needs. Of course, the spa and outdoor swimming pool add to the Chateaux. Overall, we genuinely have no recommendations for how you can improve the Chateaux. It is stunning throughout and I would personally recommend any VIP or exclusive groups to the property.

I have also never come across a venue with such a fabulous team across the board. Regardless of position everyone was friendly, helpful and went out of their way to accommodate us. I cannot name everyone but I have a few I would like to call out!

Marlene - Our arrival for our guests would not of been as seamless if it was not for her. She worked so hard ensure rooms were allocated and luggage was delivered to the correct rooms, whilst answering guest queries and getting anything we required such as iron and ironing boards. We had a few challenges with luggage all of which were dealt with professionally and quickly.

Davy - We loved how he was with us on arrival day from start to finish, I can honestly say I have never seen anyone work as hard! Constantly running between rooms completing all of our deliveries and just ensuring our guests had the best possible service.

Annexe 7 : Bilan Professionnel

7.1 : Lettre de Venues and Events

Antoine - He ensured all of our food and beverage needs were covered and what we really loved was how he gave a first-class service for 40 people which you would expect to receive for a maximum of 10 people. He is a real asset to your team and ensures everything happens like clockwork!

Olivia - He ensured our team was fully looked after and had everything we needed. This means a lot for the team as we work long hours and often need someone to remind us to drink!

Lastly, I wanted to point out the little added touches you applied whilst we went on site really did exceed our expectations, the two that stand out for me were providing the upgraded champagne over dessert on the first evening and having 8 courses instead of 4 for dinner! There were many other little touches that really made our experience exceptional.

As you can see, we loved being at the Chateaux and will continue to recommend you as a venue of choice.

Please cascade this note so all staff can get the recognition they deserve.

I cannot say thank you enough for being part of our event and supporting in making it a success

With Warmest Regards,