



# Groupe Qualité

# Destination

## 30 novembre 2021



# La qualité c'est quoi ?

Une **démarche de progrès** pour l'OT et pour l'accueil sur tout le territoire.

Répondre aux besoins, exigences, attentes de ses clients (habitants et visiteurs).

Intérêt pour l'OT: C'est un outil de management et un guide pratique de bon fonctionnement.

Structurée avec une animatrice (Hélène), un référentiel national, un encadrement de la fédération des OT, un groupe de travail local : le Groupe Qualité Destination (GQD)

## Où en sommes nous ?

On est au début de la démarche qualité : nouvelle équipe, nouvelle référente qui se forme.

**Objectif : définir des actions d'amélioration et plans d'action sans aller pour autant à la marque Qualité Tourisme**



# Le GQD

## Groupe Qualité Destination = Un groupe de travail

**Objectif** : Améliorer l'accueil, la qualité des services, l'offre... du territoire.

**Rôle** : Faire le bilan des indicateurs de la satisfaction de l'année, définir les actions de progrès, travailler sur des projets à mener sur la destination.

- Un groupe de travail qui ne peut avancer qu'avec la participation active et régulière de ses membres

**Fréquence** : 2 fois par an au minimum

### **Composition :**

Magali Vitoz, Claude Rullière issus du Conseil d'exploitation ;  
Régis Vialatte, Sandrine Gravier, Arlette Rozelier, Robert Mouchiroud et Gérard Boussard  
issus de la commission Tourisme-Eco

Le groupe peut s'enrichir de toute personne selon les sujets traités.



# L'écoute client

## Les enjeux:

- Fidéliser les clients
- Renforcer l'attractivité de la destination
- Avoir un rôle d'observation sur la destination

## Les retombés:

- Améliorer l'accueil
- Inciter les pros à mieux accueillir leurs clients
- Améliorer des points précis sur l'ensemble du territoire (ex: signalétique, site internet, ...)

## Des outils de mesure de la satisfaction client :

- Enquêtes de satisfaction (BIT + OT HLM+ animations)
- Visites mystères (sur place et à distance)
- Audit sur les critères du référentiel
- Enregistrements des clients et de l'équipe (réclamations, suggestions, ...)
- Témoignages via formulaire site web et réseaux sociaux
- Avis google



# Bilan qualité 2021

La visite mystère par l'OT de Villard de Lans

Avant le séjour (informations à distance) : « *Le territoire est **bien mis en valeur sur le site internet, les réseaux sociaux** mais aussi sur les **différents documents** que l'on m'a envoyés. Les réponses aux questions sont vite traitées et j'ai bien apprécié le **tchat en ligne qui permet d'obtenir une réponse rapidement**. Les interactions avec le personnel ont été très appréciables ; L'organisation de ma semaine de vacances fut assez simple à faire avec l'aide des différentes brochures que j'ai demandé par courrier et par l'aide en ligne. L'appel téléphonique pour compléter ma demande = me voilà prête à arriver !* »

« **Personnaliser un peu les réponses pour les rendre moins « robotisées »** »

A l'OT : « *Un espace **très bien aménagé et décoré** tout en couleurs invitant à se poser grâce aussi à la documentation classée, rangée et facile d'utilisation. L'accueil du conseiller a été plaisant et répondant à mes questions. **Très professionnel !*** »

« **De part un manque d'affichage extérieur et du fait de partager les locaux avec la communauté de communes ce n'est pas évident de trouver le BIT.** »

**Nota** : affichage dynamique en cours



# Auto-évaluation au BIT de Saint Maurice l'Exil par la Fédération des OT de l'Isère (seuil à 80% des critères du référentiel)



helene.dasilva@entre-  
bievretrhone.fr

Filière : Office de tourisme  
Date de l'évaluation : 07/09/2021

## Résultat QT : 80.09 %

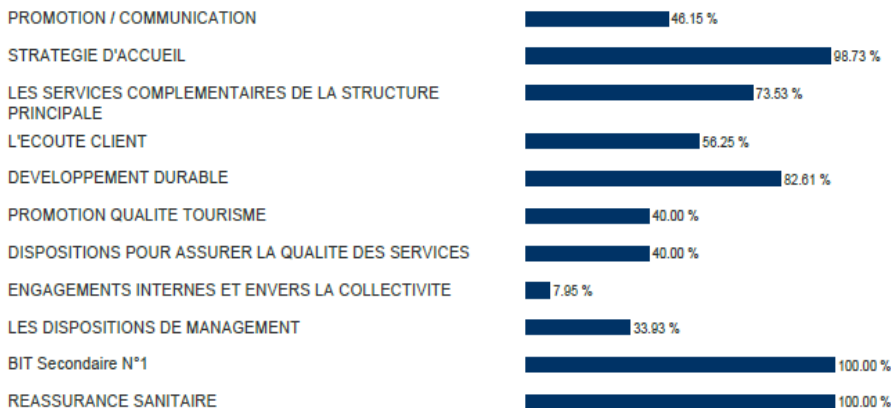
Votre établissement ne respecte pas les critères obligatoires de l'écoute client  
Avec quelques efforts vous pourriez atteindre un taux de conformité de 97,406 %

## Découpage par famille et séquence détaillée

### Taux de conformité par famille



### Taux de conformité par séquence détaillée





## Les points à améliorer



### **Présence numérique:**

2. le site internet est bien référencé
6. l'OT formalise une ligne éditorial
7. l'OT définit sa stratégie et ses objectifs de promotion et de communication sur tous supports

### **Affichages extérieurs:**

44. A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiements acceptés, le n° d'urgence et un plan

### **Boutique:**

90. Les moyens de paiements sont affichés en évidence à l'intérieur de l'OT
91. l'OT formalise une stratégie de développement de boutique [...]

### **Suivi de la satisfaction:**

101. l'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans un langue étrangère

### **Suivi des réclamations:**

103. l'OT a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations

### **Promotion Qualité Tourisme:**

118. l'OT communique sur sa démarche qualité vis-à-vis des clients
124. l'OT sensibilise les socioprofessionnels à la marque Qualité Tourisme



## Les points à améliorer



### **Disposition pour assurer la qualité des services :**

128. la structure documentaire de l'OT est formalisée et permet la transmission et la continuité du service

### **GQD :**

131. Le bilan d'écoute clients de l'OT est présenté en GQD

### **Gestion des ressources humaines:**

142. l'OT dispose d'un règlement intérieur

### **Formation du personnel:**

146. la direction définit les modalités de recrutement de son personnel

149. l'OT met en place un enregistrement annuel individuel des formations réalisées

### **Communication interne:**

152. l'OT favorise et prend en compte les suggestions de pistes d'améliorations de son personnel.

### **Dispositions de management:**

154. il est remis un livret d'accueil aux nouveaux embauchés





## 4- Les avancées de 2021 de l'OT

### Pour information:

- Mise en place des questionnaires de satisfaction
- Amélioration de l'identification interne
  - banque d'accueil à Saint Maurice l'Exil
- Amélioration de l'identification externe
  - affichage numérique

### Les prochaines actions de l'OT en fonction du degré de priorité

#### **Objectifs pour la saison 2022:**

- Réactiver les outils de mesure de la satisfaction client au sein de l'équipe tourisme (questionnaire satisfaction, enregistrements clients, réclamations, dysfonctionnements internes).
- Répondre aux besoins prioritaires repérés pour le bon fonctionnement des services de l'OT.
  - Améliorer l'intégration des saisonniers > ex: livret d'accueil
  - Améliorer le partage des procédures d'accueil

Intérêt: améliorer le fonctionnement des services de l'OT.

#### **Dans un second temps:**

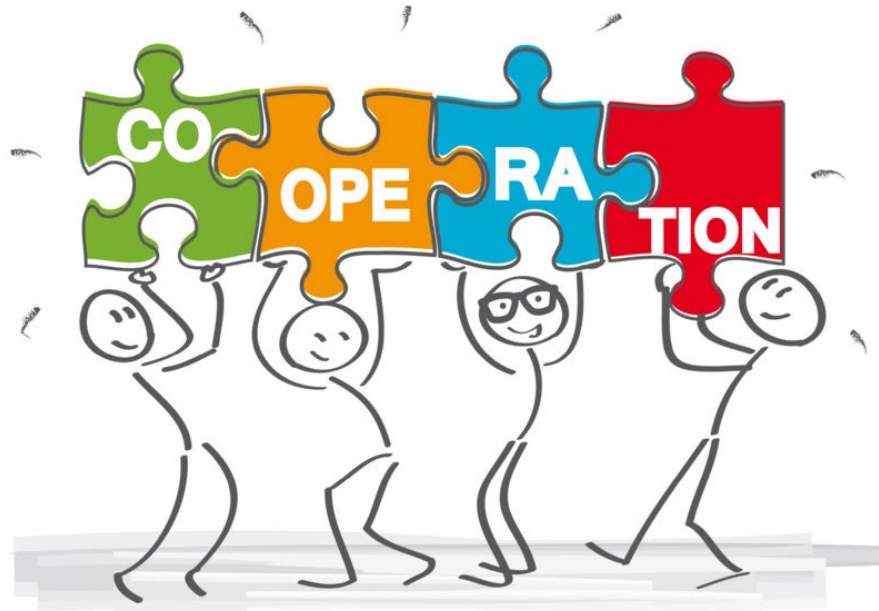
- Formaliser les stratégies actuelles dans les différents domaines: accueil, promotion, communication, ligne éditoriale, boutique, animation des socio-professionnels.

Intérêt: favoriser le partage



# *LES AXES DE TRAVAIL DU GQD*

*A NOUS DE JOUER !*





# 1- Dispositif d'enregistrement des dysfonctionnements de la destination

Dysfonctionnements internes à la structure **≠** dysfonctionnements de la destination

Objectif: les recueillir et appliquer une action corrective ou faire des suggestions si nécessaire.

Exemples ?

Un touriste en séjour à Revel-Tourdan a rencontré des difficultés pour trouver son gîte.

➤ Signalétique

Une habitante d'Anjou a du mal à trouver les animations du territoire.

➤ Communication

A l'OT nous ne recueillons pas tous les enregistrements du territoire nous cherchons donc à nous appuyer sur des personnes ressources qui pourraient nous aider dans ce travail.



## Cahier des enregistrements oraux

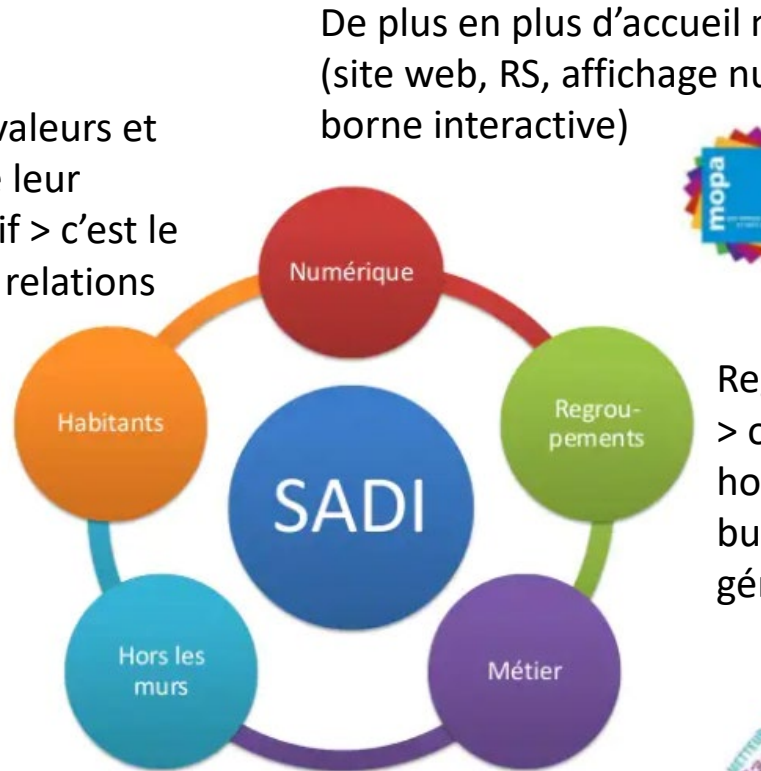
Enregistrements oraux 2021					NIVEAU 5 LE PLUS CRITIQUE - 1 LE MOINS CRITIQUE
Date	objet	origine Interne/Externe	Criticité (1/5)	Qui cela concerne	commentaires, résolution
02-août	Une personne ayant participé aux VAE trouve qu'il n'y a pas assez de communication dans nos commerces locaux pour les animations de l'été.	Externe	1	OT	Mettre le programme des VAE dans les commerces avant le départ des VAE pour toute la semaine. Elargir la tournée de diffusion du calendrier des animations mensuel (bibliothèques,...)

Qui sont les personnes ressources que nous pouvons impliquer dans le recueil des enregistrements clients ?

## 2- Schéma d'accueil et de diffusion de l'information

Objectif du SADI: penser l'accueil à l'échelle du territoire.

Les visiteurs recherche des valeurs et des expériences au cours de leur séjour = tourisme participatif > c'est le moment de développer des relations entre habitants et visiteurs.



De plus en plus d'accueil numérique (site web, RS, affichage numérique, borne interactive)

Regroupement d'OT sur un territoire > on garde en l'état les locaux et les horaires existants en BIT > gestion de bureaux non fréquentés > comment gérer cela ?

1 touriste sur 10 fréquente les OT > besoin de sortir « de ses murs » pour aller à la rencontre du public sur des lieux de loisir.

Les touristes passent de plus en plus par le numérique > interrogation sur le métier du conseiller en séjour > nécessité de repenser l'accueil et former le CS dans ce sens



## 2- Schéma d'accueil et de diffusion de l'information

Le SADI englobe différents types d'accueil sur le territoire

**Diffusion de l'information:** qui est un rôle de médiation uniquement (ex: magazine, calendrier des animations, RIS, ...)

**L'accueil physique et numérique** (en OT hors les murs, bornes d'infos, site web, ...)

**Conseil en séjour :** qui est un acte de renseignement abouti et qui est du ressort du personnel de l'OT

L'enjeu est de créer un maillage territorial pertinent et une dynamique collaborative autour de l'accueil sur le territoire au regard actuel des visiteurs.

### Les moyens:

- Accueil sur le site internet avant et pendant le séjour
- Accueil en mobilité avec un ou plusieurs sites et applications mobiles
- Accueil et information basique dans les hébergements
- Mettre en place des relais d'informations chez des commerçants, lieux de visite, etc du territoire
- Développer un réseau d'ambassadeurs chez les habitants
- Conseil en séjour dans les BIT avec des horaires et jours d'ouvertures adaptés



## 2- Schéma d'accueil et de diffusion de l'information

La méthode préconisée par la MONA (Mission des Offices de Tourisme de Nouvelle Aquitaine)

1- Identification des profils de clientèle sur le territoire

2- Confrontation de l'état des lieux des outils de l'accueil physique et numérique

- Relais d'Information et Services (RIS)
- Borne d'information

3- Définition des actions de progression

## 3- Etat des lieux du BIT de Beaurepaire

### Les abords de l'établissement et la signalétique

#### 33 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

L'espace d'accueil de l'office de tourisme et/ou de des BIT se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Non Rattrapable

#### 34 - Le fléchage permet de localiser l'OT et/ou ses BIT depuis les principaux accès de la ville et de ses sites touristiques

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Le fléchage est mis en place pour les différents modes de déplacement (auto, piétons, vélo, voie fluviale...). Le fléchage vers l'OT est mis en place depuis le parking le plus proche (auto, vélo ...). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable

#### 35 - Les abords privatifs de l'établissement sont propres.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte la ou les façades et les abords de l'entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être propre. Constat visuel. Il est recommandé de veiller à la propreté des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

#### 36 - Les abords privatifs de l'établissement sont en bon état.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant

Pas de Non mesuré possible. Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel. Il est recommandé de veiller au bon état des abords même si l'office est locataire de l'espace d'accueil. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable

#### 37 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont propres.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Constat visuel. Coef 3. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

#### 38 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont en bon état.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel. Il convient de prendre en compte les enseignes signalant l'office de tourisme (même publiques) : façade et panneaux directionnels. Coef 3. Famille Confort Propreté Rattrapable





## 3- Etat des lieux du BIT de Beaurepaire

### 39 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

Oui     Non     Non Mesuré

Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

### 40 - La façade et l'entrée sont mises en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage, etc.

Oui     Non

Pas de Non mesuré possible sauf si bâtiment classé. Une rénovation de la façade et de l'entrée respectant le style architectural permet de répondre au critère. Constat visuel. . Coef 1. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

## *Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)*

### 41 - L'OT dispose d'un parking privé ou une possibilité de stationnement est mise à la disposition du client à moins de 200m de la structure d'accueil, ou si implantation en centre ville présence d'une information sur les solutions de stationnement public à proximité.

Oui     Non     Non Mesuré

Le stationnement à plus de 200 mètres de l'OT n'est recommandé que pour les centres villes piétonniers. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

### 42 - L'établissement dispose au moins d'une solution de stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture.

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré possible si implantation en centre ville. Présence d'un garage ou local pour les vélos ou motos, présence d'un système d'attaches pour les vélos, espace suffisant pour le stationnement des autocars. Le stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture à proximité de l'OT demeure recommandé pour les centres villes. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Constat visuel. . Coef 1. Famille Qualité de la prestation Non Rattrapable

### 43 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement.

Oui     Non     Non Mesuré

Si absence d'extérieurs privatifs, présence a minima d'un cendrier à proximité de l'entrée. Observation au début et à la fin de la prestation. Pénaliser si absence d'action La présence d'une poubelle et d'un cendrier à proximité de l'entrée de l'OT et des BIT est recommandée. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Pénaliser si absence d'action. Constat visuel. Possibilité de rajouter une poubelle et un cendrier dans le cadre du rattrapage . Coef 1. Famille Confort Propreté Rattrapable



# 3- Etat des lieux du BIT de Beaurepaire

## Les affichages extérieurs

### 44 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'établissement.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Logo autorisé pour les bâtiments classés. L'apposition en façade est recommandée. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

### 45 - A minima, il est affiché les horaires et les périodes d'ouverture, les langues pratiquées, l'ensemble des moyens de paiement acceptés, les numéros d'urgence et un plan de la ville

Oui  Non  Non Mesuré

Actualisation des plaques de classement. Tous types d'affichage. Il peut s'agir d'un affichage ou d'une borne interactive. Les langues parlées au sein de l'OT ou du BIT doivent être actualisées quotidiennement en considération des langues effectivement parlées par les conseillers présents. Le cas échéant un plan de la communauté de communes est recommandé. Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Constat visuel. . Coef 1. Famille Information Communication Rattrapable

### 46 - Les affichages extérieurs sont soignés, propres et en bon état.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

La mesure porte sur la qualité de l'affichage (calligraphie soignée, absence de ratures, feuilles non jaunies, feuilles non scotchées, etc.). Non mesuré si absence d'affichage. . Coef 3. Constat visuel. Information Communication Rattrapable

### 47 - Les affichages extérieurs sont à jour

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Absence de vitrophanies obsolètes. Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

### 48 - Les affichages extérieurs sont traduits dans une langue étrangère au moins

Oui  Non  Non Mesuré

Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

### 49 - BONUS - Les affichages extérieurs sont traduits dans une deuxième langue étrangère.

Oui  Non

Bonus - Indiquer Non mesuré si réponse négative. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

# 3- Etat des lieux du BIT de Beaurepaire

## L'espace d'accueil

### 50 - L'aspect général de l'espace d'accueil est accueillant.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant, fond musical discret... Constat visuel. . Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

### 51 - L'espace d'accueil est bien ordonné et la décoration et l'ameublement de l'espace d'accueil sont harmonieux.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Il ne s'agit pas de juger l'esthétique mais bien de vérifier la cohérence des équipements (Par exemple, absence d'ajouts de présentoirs complètement différents d'année en année). Possibilité de rattrapage sur la cohérence des équipements et la décoration. Constat visuel. Coef 3. Famille Qualité de la prestation Rattrapable

### 52 - L'espace d'accueil est propre.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, les équipements et les revêtements. Constat visuel. . Coef 9. Famille Confort Propreté Non Rattrapable

### 53 - L'espace d'accueil est en bon état.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, les équipements et les revêtements. Constat visuel. . Coef 9. Famille Confort Propreté Rattrapable

### 54 - La signalétique intérieure est homogène, en bon état, cohérente et facilite le parcours du visiteur.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré possible si pas de signalétique. Par exemple, présentoirs, billetterie et repérage au sein de l'office (en particulier pour les lieux partagés). Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite) Constat visuel. . Coef 3. Famille Information Communication Rattrapable

### 55 - Les informations et la documentation sont identifiées, classées par thèmes, les présentoirs régulièrement approvisionnés et l'affichage mis à jour.

- Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Possible non mesuré pour les BIT mobiles (ex : PIT de 2 heures par semaine en saison estivale sur un camping ou un site de visite). Famille QT : Qualité de la prestation Coef 3 Rattrapable



*Merci de votre participation !*

Prochain GQD dans environ 6 mois