

Accueillir et informer



Les touristes dans le calvados

- SOMMAIRE -

L'essentiel de l'accueil

- Que faire à l'ouverture de l'OT ?
- Préparer son lieu de travail
- Accueil comptoir et téléphonique
- Identifier la demande du client
- Gérer une réclamation
- Les disponibilités en hébergement et la gestion des infos de dernière minute
- Traiter les courriers et les e-mails
- Que faire à la fermeture de l'OT ?

Gérer l'information touristique et pratique

- Information touristique et pratique
- Gérer sa documentation touristique
- Elaborer son calendrier des fêtes et manifestations de la semaine

Les classements, marques et labels des hébergements

La tenue des statistiques pour l'observatoire départemental

La démarche qualité

Au cours de la saison, n'hésitez pas à contacter
Emmanuel TRICOIRE à l'UDOTSI du Calvados

Union Départementale des Offices de Tourisme
etricoire@udotsicalvados.fr



QUE FAIRE A L'OUVERTURE DE L'OT ?

- couper l'alarme quand il y en a une
- éclairage
- mettre son badge avec les langues parlées
- préparer le fonds de caisse si vous faites des ventes
- arrêter le répondeur et relever les messages
- allumer les ordinateurs
- ranger et réapprovisionner les présentoirs
- actualiser l'affichage
- vérifier la propreté des lieux
- consulter le cahier de message ou de liaison si existant
- consulter le planning du personnel si existant
- mettre en route la musique et/ou la vidéo si existante
- relever les mails, fax, météo, horaires des marées
- retirer les dispos hébergements de la veille
- mettre en place la grille statistique journalière / Ouvrir Tourinsoft



PREPARER SON LIEU DE TRAVAIL

OBJECTIFS

Renseigner le client avant même le contact physique avec l'agent d'accueil.

Rassurer, sécuriser le client par des signes visibles de professionnalisme.

Accueillir.

Se rassurer car vous avez déjà remanié les informations et anticipé les demandes des clients, vous ne travaillez plus « sans filet » et êtes en mesure de répondre efficacement et rapidement.

INFORMATIONS VISIBLES DE L'EXTERIEUR

Les horaires d'ouverture de l'OT sur la porte

Les numéros d'urgence

Infos météo et horaires des marées

A la fin de la journée, afficher la liste des hébergements et les disponibilités si elles ont été recueillies.

Il est utile d'indiquer également les horaires de l'OT voisin s'il a une amplitude d'ouverture différente.

Utiliser les vitrines disponibles sans les surcharger pour ne pas noyer l'information.

Enlever les affiches liées aux manifestations dès que celles-ci sont passées.

AMENAGEMENT INTERIEUR

Aspect général

Propreté (sol, présentoirs, disposer une corbeille à papier ...)

Agréable et convivial (fleurs, affiches du territoire...)

Prévoir un espace d'attente ou de repos lorsque le local le permet (table basse et chaises)

Afficher une carte du Calvados et de la Normandie (les clients auront une meilleure notion des distances pour organiser leur parcours).



Anticiper les questions des clients et leur fournir des réponses en « self service »

⇒ La documentation

Organiser les dépliants de votre territoire par thèmes sur les présentoirs et indiquer votre classement par des étiquettes.

Organiser les dépliants de l'extérieur par régions sur les présentoirs et indiquer votre classement par des étiquettes : Le Bessin / Le Bocage / Caen et la Côte de Nacre / Le Sud Calvados / Le Pays d'Auge et la Côte Fleurie

Prévoir un espace particulier pour les grands thèmes du département :

Guillaume le Conquérant

Espace historique de la Bataille de Normandie

⇒ La documentation en langues étrangères

Prévoir un espace directement identifiable par le client étranger, classer par langue.



ACCUEIL COMPTOIR ET TELEPHONIQUE

OBJECTIFS

Bien engager la relation avec son client et encore une fois le mettre en confiance.

Aider le client à formuler avec la plus grande clarté possible sa demande afin de comprendre ses attentes.

Savoir ce que veut le client avant de proposer toute solution : rassembler les « indices » pour construire une réponse « vendeuse » !

Atteindre la satisfaction du client.

En préalable

Bien connaître l'offre de son territoire (ou le moyen d'obtenir le renseignement) et les produits proposés par l'OT : visites guidées, animations, produits boutiques.

L'Accueil physique

Tenue vestimentaire soignée et professionnelle, en harmonie avec le site. Ne pas se restaurer ni entretenir des conversations personnelles en présence du client.

Le client doit directement vous identifier. Idée + : porter un badge avec nom, fonction et langues parlées.

Montrer au visiteur qu'il a été aperçu par un signe de bienvenue (regard, signe de tête, sourire, bonjour ...). Faire en sorte de ne pas excéder 6 minutes dans l'attente des visiteurs comptoir.

Donner la priorité à l'accueil physique sur le téléphone ou toute autre tâche.

Engager la conversation par un « Que Puis-je pour vous ? » « Je peux vous renseigner ! » sur un ton assuré et posé.

Tout cela avec le sourire bien sûr.

Quelques cas spécifiques :

Les étrangers :

Si votre niveau dans la langue ne vous rassure pas totalement, préparez-vous des phrases ou notez les mots clés du tourisme de façon à être plus en confiance (un coup d'œil sur votre mémo) et pour vous concentrer sur la demande du client.



Les groupes :

Repérer le responsable du groupe qui vous servira d'interlocuteur.

Les personnes en situation de handicap :

Si votre banque d'accueil est trop haute et constitue un obstacle : allez à la rencontre de votre client s'il a besoin de renseignements complémentaires.

Évitez l'air condescendant.

Demandez à votre hiérarchie si l'OT est labellisé Tourisme et Handicap (bonnes pratiques accueil).

Les bavards :

Une fois la réponse donnée, essayez de mettre fin courtoisement à la conversation ... surtout si d'autres clients attendent.

Les clients « difficiles » :

Restez calme et ne pas se laisser déstabiliser. Faire comprendre à l'interlocuteur que vous êtes à son service et que vous allez traiter sa demande mais que celui-ci doit vous respecter.

L'Accueil téléphonique

La personne n'est pas en face de vous, ceci induit une adaptation de votre comportement car votre interlocuteur n'a pas le même accès aux informations que le client qui pénètre dans le local d'accueil.

Avoir la même attitude d'écoute et de conseil que pour l'accueil comptoir.



Quelques points utiles :

Décrochez avant la quatrième sonnerie dans tous les cas.

Identifiez-vous: « Office de Tourisme de, Bonjour, (prénom) à votre service ! »

Le sourire s'entend au téléphone : c'est un moyen d'accueillir son client au téléphone.

Parlez clairement et bien articulez pour éviter toute incompréhension.

Avoir à portée de main papier et crayon pour prendre des notes et éviter de faire répéter votre interlocuteur. Reformulez en cas de besoin.

Si vous n'êtes pas en mesure de répondre et souhaitez orienter le client vers un(e) collègue, résumez lui l'échange téléphonique.



En cas de demande de documentation, celle-ci doit être envoyée dans les 24 heures, accompagnée d'une lettre ou d'une carte d'accompagnement personnalisée. Tenir compte des horaires de levée des courriers sur votre territoire. Pensez aux marque-pages sur la documentation que vous envoyez, afin de personnaliser un peu plus la réponse.

En cas d'appels simultanés : demandez au 1^{er} appel la possibilité de l'interrompre. Accueillez le 2^{ème} appel en le mettant en attente par une formule de politesse. Reformulez la phrase interrompue du premier contact et terminez.

Revenez au 2^{ème} contact en le remerciant d'avoir patienté.

Branchez un répondeur en dehors des horaires d'ouverture, le message d'accueil indique à l'interlocuteur qu'il est à l'Office de Tourisme de ... et lui indiquer les horaires d'ouverture. La possibilité de laisser un message n'est pas conseillée, car certains messages peuvent être confus et empêcher l'OT de rappeler faute d'avoir identifié les coordonnées de l'interlocuteur.

L'envoi de documents demandés par téléphone doit être effectué dans les 48 heures ouvrables.

Gestion simultanée accueil physique / accueil téléphonique

Un client se présente au comptoir alors que vous êtes déjà en ligne : terminer l'info téléphonique sans dépasser 2mn et éventuellement proposer de rappeler si la recherche est longue.

Vous renseignez un client au comptoir et le téléphone sonne : interrompez la conversation en vous excusant puis décrochez avant la quatrième sonnerie. Accueillez l'appel en le mettant en attente par une formule de politesse du type « merci de bien vouloir patienter » : la mise en attente doit s'accompagner d'une reprise régulière du correspondant régulière (si attente trop longue proposer de le rappeler). Reformulez la phrase interrompue du premier contact et terminez. Revenez à l'appel téléphonique en le remerciant d'avoir patienté.

Bien engager l'acte de renseignement du client

Certaines demandes sont claires, d'autres ne le sont pas !

Prendre le temps d'accompagner le client en l'aidant à préciser sa demande par :

- des questions ouvertes : ouvrir la discussion pour découvrir les motivations du client et le valoriser.
- des questions fermées : apporter des précisions (oui – non, chiffre, date, tarifs ...)
- des questions alternatives : « Préférez-vous un hébergement traditionnel ou en hôtel de chaîne ? »



L'Écoute active, identifier la demande du client

Le client est mis en confiance, votre écoute est attentive, votre attitude est rassurante pour faciliter le dialogue.

Reformuler les propos du client « vous m'avez dit ... », « ce que vous recherchez, c'est ... » et poser des questions complémentaires type Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Ex : Temps passé sur la destination/ composition de la famille/ centres d'intérêts/ type d'hébergement/ budget...

Prendre des notes pour vous souvenirs des points clés. Ces questions sont indispensables pour répondre au plus près des attentes du client et lui faire des propositions correspondant à son profil.

En cas de service non disponible, proposer des alternatives. En cas de renseignement non disponible, réorienter le visiteur.

Etre force de vente



Répondre au besoin identifié

Réponse précise et fiable à une question précise.

Suggestions argumentées pour satisfaire le besoin identifié du client à l'issue de ce dialogue.

Ne pas confondre CONSEIL et AVIS. A la question « quel restaurant me conseillez-vous ? », ne donnez pas mécaniquement toute la liste en vous disant que vous n'avez pas le droit de conseiller un établissement en particulier ; A l'inverse, **ne porter pas non plus de jugement de valeur** (« celui-là est bien/pas bien »), **vous avez en revanche le devoir de conseiller** au mieux en affinant la demande par des critères objectifs (« vous recherchez plutôt une brasserie, un restaurant à thème... »). Vous êtes des experts de la destination et c'est pour cela que le client fait appel à vous. Pensez aux retombées économiques, le visiteur que vous renseignez est un CLIENT pour votre territoire.

Etre convaincu de son produit pour rassurer son client et enthousiaste pour lui donner envie !

Enfin, élargir la demande selon les centres d'intérêts identifiés

Une fois le client renseigné sur ce qu'il a demandé, lui faire des propositions complémentaires sur ce qui pourrait l'intéresser. Par ex., un client demande un renseignement sur un site parc de loisirs, on peut également lui faire en plus des propositions sur l'offre loisirs pour les enfants.

Prendre congé du client de manière courtoise.



LE CONSEIL ÉCLAIRÉ : C'EST NOTRE MÉTIER !

« Ne l'oublions pas, nous sommes devenus, au fil des décennies, les référents incontestés de l'accueil dans chacun de nos territoires. Nous devons tenir notre rang !

Il nous appartient donc de dynamiser au mieux ce qui constitue, encore et toujours, notre cœur de métier. Sur ce point, une évolution m'apparaît fondamentale aujourd'hui : **la neutralité pure de l'Office de Tourisme est désormais loin derrière nous.**

L'orientation est désormais claire : nous nous devons de proposer des informations touristiques objectives, qualifiées, sélectionnées et lisibles pour les visiteurs. C'est la conception qui est la nôtre aujourd'hui, celle du « conseil engagé », ou mieux du « **conseil éclairé** » ! Et c'est ainsi que notre métier s'organise et s'organisera encore plus demain.

L'Office de Tourisme apporte aujourd'hui de la **valeur ajoutée à l'accueil et à l'information touristiques** grâce à des **conseils objectifs et humains**. Il n'est pas un simple annuaire d'adresses et de téléphones !

Ce renouvellement de nos missions n'est que la conséquence d'un large mouvement de fond qui prend tout son sens dans le concept de « l'Office de Tourisme du futur » et de ses 5 défis (Congrès de La Rochelle 2011). Bon nombre de nos membres l'ont compris depuis longtemps et je leur apporte tout le soutien de notre Fédération Nationale.

Adopter une démarche de « conseil éclairé », c'est être tout simplement en adéquation avec l'économie touristique actuelle et c'est s'adapter aux comportements des consommateurs surinformés.

Est-il encore nécessaire de rappeler aux élus, aux socio-professionnels, à nos concitoyens qu'un visiteur mal accueilli, mal orienté ou mal servi ne reviendra pas sur le territoire ?

À l'heure de l'accélération de l'information, de la multiplication des canaux de communication, de l'ère des réseaux sociaux, est-il encore nécessaire de préciser qu'un consommateur mécontent le fera savoir en temps réel et au plus grand nombre ?

Par l'Office de Tourisme, vitrine principale de chacun de nos territoires, c'est l'attractivité de nos destinations françaises qui en dépend.

Concilier notre indiscutable mission de service public de l'information – que nous nous devons de défendre – avec la satisfaction de la demande des visiteurs est une nécessité vitale pour l'Office de Tourisme du XXI^e siècle.

La méthode pour y parvenir a largement été éprouvée : c'est par la mobilisation des équipes autour du questionnement et de la reformulation de la demande des visiteurs que la satisfaction du visiteur est au rendez-vous !

Relevons toujours plus ce défi avec la plus grande des pédagogies vis-à-vis de tous nos partenaires !

Le « conseil éclairé », c'est tout simplement mettre le visiteur au cœur du dispositif... »

Jean Burtin, Président d'Offices de Tourisme de France



GERER LES PLAINTES

Pour veiller à la qualité de la destination

OBJECTIFS

Reconnaître le droit à la réclamation et assurer un suivi professionnel.

Transformer la réclamation identifiée en occasion d'améliorer le service (de l'OT ou d'un prestataire) puisqu'une lacune a été décelée.

Saisir cette opportunité de dialogue avec le client comme une « 2^{ème} chance » pour atteindre sa satisfaction.

Instaurer un partenariat avec ses prestataires en valorisant le rôle professionnel de l'OT, les informer des procédures d'enregistrement et de suivi des plaintes.

Enregistrer la plainte

La situation n'est jamais agréable, il ne s'agit pourtant pas d'une attaque personnelle.

Etre disponible immédiatement et à l'écoute du client

L'isoler si possible, si plusieurs personnes sont dans l'OT.

Ecouter la réclamation en prenant des notes et obtenir des précisions sur les faits.

Ne pas prendre parti en donnant raison ou non au client.

Selon la nature de la plainte, proposer une alternative, l'aider à résoudre ce problème ...

Demander au client un écrit pour pouvoir assurer le suivi et éviter à d'autres de connaître une situation similaire. (voir plus loin, proposition de modèle d'enregistrement de la plainte).

Assurer le suivi : seules les plaintes écrites et justifiées peuvent être prises en compte

Plainte relative aux services de l'OT :

Consigner les faits et chercher la résolution.

Plainte relative à un prestataire :

Rassembler les faits précis (écrit du client, date de la plainte, adresse du client...)



Quelle attitude de l'OT ?

- 1) Avec l'aval de votre supérieur hiérarchique, transmettre cette plainte au prestataire en « positif » dans les 3 jours ouvrables (plainte reçue, occasion de remettre en question sa pratique pour éviter de nouvelles plaintes, ...), en lui demandant de répondre au client et d'avoir éventuellement un geste commercial. Demander en parallèle au prestataire quel traitement de la plainte il a l'intention de mettre en œuvre et de transmettre à l'OT copie de la réponse apportée au client.

- 2) A partir de la troisième plainte chez un même prestataire, outre la transmission de la plainte au prestataire, l'équipe de l'OT informe ses élus lors de la réunion du Conseil d'Administration la plus proche.

Le Conseil d'Administration de l'OT statue sur les suites à donner :

- information des organismes tels que les Logis, Clévacances, Gîtes de France, Normandie Qualité Tourisme...
- Pour les établissements présents dans le guide des restaurants Calvados Accueil « Saveurs du terroir et de la mer », information de Calvados Accueil.
- information de la Direction Régionale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DRCCRF) qui procédera aux vérifications.
6, rue de Courtonne – BP 3020 – 14 017 CAEN cedex

Tel: 02 31 46 83 00 - ud14@dgccrf.finances.gouv.fr



SUIVI DES RECLAMATIONS

Office de Tourisme :

Date :

Nom et adresse du client :

Objet de la plainte :

Transmise au prestataire le :

Réponse du prestataire à la plainte :



TENIR A JOUR LES DISPONIBILITES EN HEBERGEMENT ET GERER LES INFORMATIONS DE DERNIERE MINIUTE

OBJECTIFS

Renseigner le touriste de dernière minute.

Apporter un service aux hôteliers, gestionnaires de campings, propriétaires de meublés et chambres d'hôtes.

Gérer l'information de dernière minute.

Comment collecter les informations sur les disponibilités ?

↳ Soit téléphoner aux prestataires de votre commune ou territoire pour avoir leurs disponibilités et leur demander de vous prévenir lorsqu'ils sont complets au cours de la journée.

↳ Soit indiquer aux prestataires que sauf indication contraire de leur part, les hébergements sont considérés comme complets.

Affichage des disponibilités de votre territoire lors de la fermeture de l'OT



Les disponibilités doivent également être affichées en fin de journée sur la porte pour renseigner les derniers touristes une fois l'OT fermé.

Comment gérer les autres informations de dernière minute ?

Une annulation d'animation, la fermeture inopinée d'un site... peuvent survenir à tout moment. Vous devez être en mesure de consigner l'information et d'en informer les visiteurs, ainsi que vos collègues par les moyens de communication internes (mails, cahier de liaison...).



TRAITER LES COURRIERS ET LES E-MAIL

Courriers



Les réponses aux demandes d'informations par courrier doivent être faites dans les 48 heures.

Les réponses par courrier doivent être accompagnées d'une lettre ou d'une carte d'accompagnement personnalisée. Tenir compte des horaires de levée des courriers sur votre territoire. Pensez aux marque-pages sur la documentation que vous envoyez, afin de personnaliser un peu plus la réponse.

E-mail



Relever les e-mails au moins 2 fois par jour le matin et l'après-midi.

Les réponses aux demandes d'informations par e-mail doivent être faites dans les 24 heures. En cas d'envoi de documentation par courrier, un accusé de réception doit être envoyé par mail, informant que la demande a bien été prise en compte.

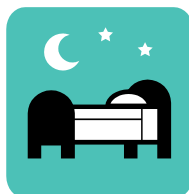
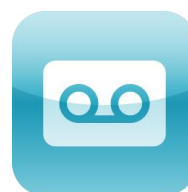
Les réponses par e-mail doivent être personnalisées.

Toutes ces demandes et leurs réponses doivent être conservées pendant 3 mois minimum.



QUE FAIRE A LA FERMETURE DE L'OT ?

- ranger les bureaux et approvisionner l'accueil en documentation
- faire la caisse
- préparer le fonds de caisse pour le lendemain
- la ranger
- calculer les fréquentations comptabilisées si vous ne gérez pas vos statistiques via Tourinsoft
- arrêter les ordinateurs
- brancher le répondeur
- arrêter la musique et la vidéo si existantes
- éteindre toutes les lumières
- brancher l'alarme
- afficher les dispo hébergements



L'INFORMATION TOURISTIQUE ET PRATIQUE

Sources incontournables

Offices de Tourisme de France	www.tourisme.fr , le portail national des OTSI : coordonnées, descriptif des destinations, manifestations, bons plans...
Comité Régional du Tourisme	www.normandie-tourisme.fr vous permet de consulter l'offre et toutes les fêtes et manifestations de Normandie.
Comité Départemental du Tourisme	Guide du Visiteur (offre classée par thèmes). Tourisme www.calvados-tourisme.com vous permet de consulter l'offre et toutes les fêtes et manifestations du Calvados.
Calvados Accueil	www.calvados-accueil.com , pour savoir quoi faire, où manger, où dormir
Météo France	prévisions Calvados (tel : 08 36 68 02 14) www.meteo.fr
Info lignes Bus Verts	Pour tout renseignement lié aux déplacements bus verts, tram, train, ferries ... N° : 09 70 83 00 14 www.busverts.fr
Info transports Calvados-Manche-Orne	www.commentjyvais.fr



Les documents incontournables :

Bien sûr ceux qui concernent votre territoire, puis :

Disposez bien en évidence le classeur « **Calvados Accueil** », vitrine touristique du Calvados.

Les éditions du **Comité Départemental du Tourisme du Calvados**

Les éditions du **Comité Régional du Tourisme de Normandie**

Les **guides édités localement** (OT, Pays d'Accueil ...)

Calendrier des brocantes. En vente chez votre marchand de journaux.

... et tous les suppléments ETE de vos journaux.



GERER SA DOCUMENTATION TOURISTIQUE

OBJECTIFS : La documentation est un outil pour aider les agents d'accueil à renseigner leurs clients.
Le conseil de l'OT constitue une vraie valeur ajoutée.
Constituer et gérer son stock permet de gagner du temps au quotidien.

Selon la disposition de votre OT, voici quelques pistes :

Documentation de la ville ou du territoire de compétence :

- Soit : pas de libre service mais indiquer que tel ou tel document est à leur disposition sur demande (pour apporter un conseil supplémentaire lors de la diffusion).
- Soit : disposer au plus près de vous ces documents en libre service pour apporter ce conseil supplémentaire.

Autres documentations

Le choix des documents à laisser en libre service est fonction du lieu, de la place disponible et de la politique de l'OT.

Dans tous les cas, procéder à une organisation lisible pour vos visiteurs (voir aussi le chapitre « préparer son lieu de travail »).

Constituer son stock

Pour la documentation du Calvados, utilisez le Guide du Visiteur du CDT, qui recense les principaux lieux de visite et tous les OT, vous pourrez contacter chacun de ces sites pour recevoir leurs documents.

Idée + : leur écrire en demandant la documentation et les informations suivantes :

- Jours et horaires d'ouverture haute et basse saison
- Tarifs
- Puis constituer un classeur d'accueil avec un exemplaire de la doc. de chaque site ainsi que ces informations pratiques qui ne figurent pas toujours sur les dépliants. Pensez à le mettre à jour en temps réel.

Pour la documentation des autres départements, faire une fiche par département, le choix des documents sera fonction des demandes les plus fréquentes (guides des autres CDT, routes touristiques, principaux sites ...)

Eviter la rupture de stock

Etablir la liste de tous les documents reçus avec les quantités puis essayer au mieux de suivre ces stocks ...

Idée + : pour ne pas se retrouver en rupture de stock, déterminer un seuil d'alerte à 25 exemplaires pour demander votre réassort (seuil à adapter selon le rythme de diffusion)



ELABORER SON CALENDRIER DES FETES ET MANIFESTATIONS

OBJECTIFS

Permettre aux touristes de visualiser rapidement les fêtes et manifestations de la semaine :

- sur votre territoire de compétence
- dans les environs



Où trouver les informations ?

- la base de données Tourinsoft
- les programmes municipaux
- la presse locale
- les éditions spéciales des journaux
- les associations locales
- le site internet du Comité Départemental du Tourisme www.calvados-tourisme.com
- le site internet du Comité Régional du Tourisme www.normandie-tourisme.fr
- vos collègues des OT les plus proches
-

Pour inscrire, rechercher, visualiser et extraire des MANIFESTATIONS SUR TOURINSOFT

<http://cdt14.tourinsoft.com>

Saisie et gestion des informations

Pour avoir vos codes d'accès et les tutoriels :

veronique.carriou@calvados.fr ou olivier.barjon@calvados.fr

Comment le mettre en forme ?

- Une page sur votre commune ou territoire de compétence.
- Une page sur les environs

⇒ Rubriques :

Expositions

Concerts et spectacles

Visites et conférences

Loisirs et sports

Divers (foires à tout, brocantes, marchés ...)



⇒ **Informations pratiques :**

Intitulé et descriptif court

Dates

Lieux

Horaires

Tarifs

Adaptées ou non aux enfants, handicapés, personnes âgées...



LES CLASSEMENTS, MARQUES ET LABELS DES HEBERGEMENTS

Les **HOTELS** peuvent être classés en étoiles.

Certains d'entre eux font partie du réseau des **Logis**, en adhérant à une charte de qualité privilégiant le confort de l'établissement, la qualité de la table et de l'accueil, le charme de l'environnement. Ils sont signalés par des cheminées (de 1 à 3 cheminées) pour la partie hôtellerie et par des cocottes (de 1 à 3 cocottes) pour la restauration.



Les **CAMPINGS** peuvent être classés en étoiles.

Certains d'entre eux ont le label **Camping Qualité**. En adhérant à ce label, ils s'engagent à offrir un accueil chaleureux, une propreté irréprochable, une information précise et vraie, un emplacement privatif soigné, un environnement valorisé et respecté



D'autres sont labellisés **Pré Vert**, label décerné par le réseau Gîtes de France.

Les **LOCATIONS SAISONNIERES** doivent être déclarées en mairie et peuvent être classés meublés de tourisme en étoiles.



Certaines d'entre elles ont le label **Gîtes de France**. Labellisation en nombre d'épis.



D'autres sont labellisées **Clévacances**. Labellisation en nombre de clés.

Les **CHAMBRES D'HOTES** n'ont pas de classement, mais doivent être déclarées en mairie.

Pour prétendre à cette appellation, il faut la fourniture groupée de la nuitée, du petit déjeuner et du linge de maison et 5 chambres maximum pour une capacité maximale d'accueil de 15 personnes. L'accueil doit être assuré par l'habitant.

Certaines d'entre elles ont le label **Gîtes de France**. Labellisation en nombre d'épis.

D'autres sont labellisées Clévacances. Labellisation en nombre de clés.



D'autres encore sont labellisées **Fleurs de Soleil**.





Le label **Normandie Qualité Tourisme** est décerné par les CCI normandes à des hôtels, restaurants, hôtels-restaurants, campings, lieux de visite et activités de Loisirs. Les professionnels s'engagent ainsi à accueillir convenablement en toutes circonstances, satisfaire grâce à une prestation conforme à ses engagements, promouvoir les produits et l'offre touristique de notre région.



La Marque **Qualité Tourisme** est décernée par l'Etat à des hébergements, restauration, cafés, brasseries, palais des congrès, agences de voyages et de locations saisonnières, transports et offices de tourisme. Elle garantit la qualité de l'information, un accueil personnalisé, la compétence du personnel, le confort, la propreté et l'entretien des lieux, la valorisation des ressources locales.



Le label **Tourisme et Handicap** est décerné par l'Etat. Il a pour objectif d'identifier les établissements touristiques et de loisirs réellement accessibles aux personnes handicapées et de prendre en compte les quatre types de handicap : moteur, visuel, auditif et mental.



L'OBSERVATOIRE. MODE D'EMPLOI

Il est important d'avoir la même méthode pour comparer les évolutions de fréquentation entre OT.



CONTACTS

Au comptoir :

Nombre de contacts pris au comptoir de l'office de tourisme pour tous types de demandes d'informations.

Le contact correspond à un visiteur pouvant représenter un groupe de plusieurs personnes.

La demande d'information peut porter sur un ou plusieurs renseignements.

(Ex : un groupe de 5 personnes demandant l'adresse d'un restaurant et les animations du jour : il s'agit d'1 contact, de 2 demandes)

Si vous le souhaitez, vous pouvez également analyser la nature des demandes au comptoir.

Par téléphone :

Nombre total de contacts liés au tourisme reçus par téléphone.

Par courrier/fax :

Nombre total de contacts liés au tourisme reçus par lettres ou télécopies.

Par e-mail :

Nombre total de contacts liés au tourisme reçus par mail.



ENVOIS DE DOCUMENTATION (réponses aux demandes à distance)

Ne sont pas inclus les documents distribués à l'accueil.

Nombre d'envois faits suite à des demandes à distance par courrier, fax ou mails à répartir selon des thèmes et l'origine de la demande.

L'envoi peut correspondre à un ou plusieurs types de renseignements.

(Ex : une demande par courrier sur les hôtels et les animations du mois : il s'agit d'1 envoi hébergement rubrique hôtel plus 1 envoi activités rubrique manif même si vous envoyez votre guide pratique)

Pour les demandes de marchés : si ce sont des marchés à caractère touristique (à l'ancienne, terroir, brocante à thème...), la demande doit être classée dans la rubrique manif/expos ; pour les marchés classiques, la demande est à classer dans la rubrique « vie locale » des renseignements pratiques.

Ces statistiques sont centralisées au le Comité Départemental du Tourisme par Fabien ELINEAU (tel : 02 31 27 90 30 – fabien.elineau@calvados.fr).

LES OUTILS A VOTRE DISPOSITION

* Pour les OT ne gérant pas leurs statistiques via Tourinsoft :

- kit de comptage OTN-CRT
- grilles récapitulatives mensuelles (avec ou sans la nature des demandes au comptoir) à retourner chaque mois au CDT.

* Pour les OT gérant leurs statistiques via Tourinsoft (se référer à la procédure établie par le CDT)

SITE WEB

Concernant les statistique de fréquentation de votre site web, merci de le les renvoyer chaque mois à fabien.elineau@calvados.fr, que vous utilisiez Tourinsoft ou non.

Il s'agit du nombre de visites sur le site internet de référence de l'OT (avec adresse url spécifique, même s'il s'agit de pages hébergée par le site de votre collectivité locale).

Ces chiffres sont disponibles via les outils de mesure d'audience Internet gratuits de type Google Analytics, Xiti ...etc

Sont exclus les blogs, nombre de fans sur les réseaux sociaux, sites mobiles, les simples pages « tourisme » du site web de la collectivité locale.



VISITEURS (ou Passage)

Nombre total de personnes entrées dans l'office de tourisme, pour quelque motif que ce soit.

Sont incluses les personnes qui viennent à plusieurs reprises et les enfants.

(Ex : un groupe de 5 personnes demandant l'adresse d'un restaurant : il s'agit de 5 visiteurs)



La Démarche Qualité

Certains OT du Calvados sont engagés en démarche qualité, animée par Offices de Tourisme de France et Territoires de Normandie. La Démarche Qualité est une démarche de progrès et d'écoute clientèle. Elle permet à la structure qui la met en place de pérenniser le niveau de ses services aux visiteurs et d'optimiser son organisation interne. Le système qualité est décrit dans le manuel qualité rédigé par l'OT.

N'hésitez pas à demander à votre supérieur hiérarchique si l'OT est engagé en Démarche Qualité, afin qu'il vous la présente ainsi que les différents outils correspondants qui auront été mis en place.

Outils de la démarche qualité :

► **Un manuel accueil**, à destination notamment des saisonniers, stagiaires et nouveaux permanents: Il facilite l'intégration du nouveau personnel à l'accueil de l'OT car il vous guide dans les différentes tâches à accomplir tout au long d'une journée à l'accueil.

Il permet en toutes circonstances d'assurer un niveau constant, en matière de qualité de service accueil et information. On y retrouve une présentation de l'OT, mais aussi des infos pratiques sur la procédure d'ouverture de l'OT, fiches d'instruction sur les tâches propres à l'accueil (accueil comptoir, accueil téléphonique, courrier, mail, fax...), et la procédure de fermeture des locaux.

► **Des indicateurs qualité** : Ils servent à évaluer le niveau de satisfaction des visiteurs pour les services proposés par l'OT. **A utiliser aussi dans les OT non engagés en démarche qualité.**

- Le cahier de remarques orales des visiteurs

Il a pour but de permettre au personnel d'accueil de disposer d'un support pour recueillir les observations et commentaires exprimés par les visiteurs. Ces informations peuvent être ensuite analysées, puis répercutées si besoin auprès des services compétents.

- Le cahier d'incidents internes / Dysfonctionnements en interne à l'équipe

Cet outil est à usage interne, et vise à relever les petits dysfonctionnements liés aux activités de l'accueil. Il en facilite la synthèse et permet de mettre en place les actions correctives.

- Les fiches de suggestions

Cet indicateur, mis à disposition à l'accueil, a pour objectif de récolter les suggestions, les propositions des visiteurs, qui sont ensuite analysées régulièrement, dans le but de mettre en œuvre des actions d'amélioration, si celles-ci s'avèrent nécessaires.

- Les questionnaires de satisfaction

Une diffusion selon deux modes de fonctionnement : des questionnaires en libre-service et d'autres donnés selon un planning annuel de diffusion et remis en mains propres lors d'un contact avec le personnel d'accueil. Ces outils visent à mesurer la satisfaction de la clientèle, à partir de 5 critères : l'accès, l'environnement, l'attitude, la compétence, et l'information.

N'hésitez pas à demander ces indicateurs à l'UDOTSI si vous ne les avez pas.



- Les points clés pour un accueil de qualité -

Tenue vestimentaire soignée et professionnelle

Priorité à l'accueil physique sur le téléphone ou toute autre tâche

Sourire aussi au téléphone (cela s'entend!)

Apporter une grande attention à l'écoute de la demande

Apporter des réponses précises et fiables aux questions posées

Elargir la demande, être force de vente de son territoire

Enfin, avoir toujours à l'esprit que le visiteur que vous renseignez est un CLIENT
qui va consommer sur votre territoire

et qui en parlera sur les réseaux sociaux !



Bonne saison à toutes et à tous !

Crédits photos: Enefa, OT Caen, OT Courseulles

