



Journée des
référents Qualité
3 Juin 2019



Le programme de la journée des référents qualité



Tour de table

Présentons nous !



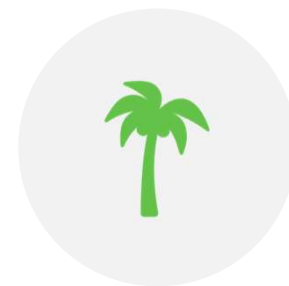
Introduction

Eric Lemaire



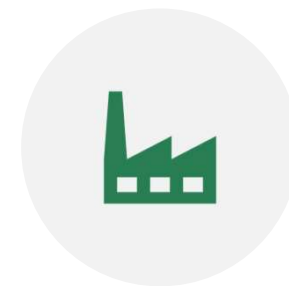
Evolution Qualité Tourisme

Alexia Mercorelli



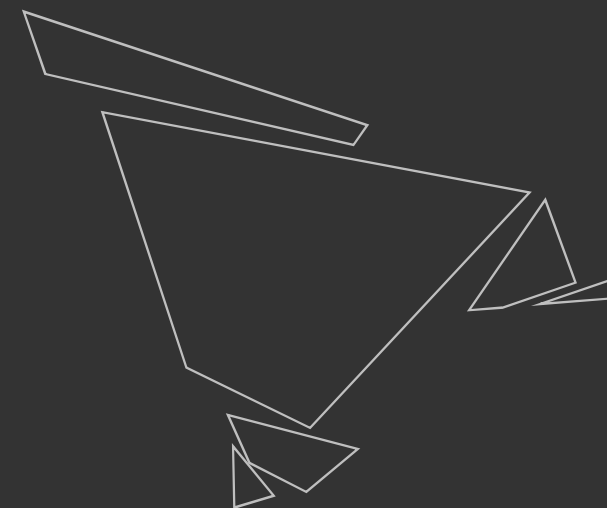
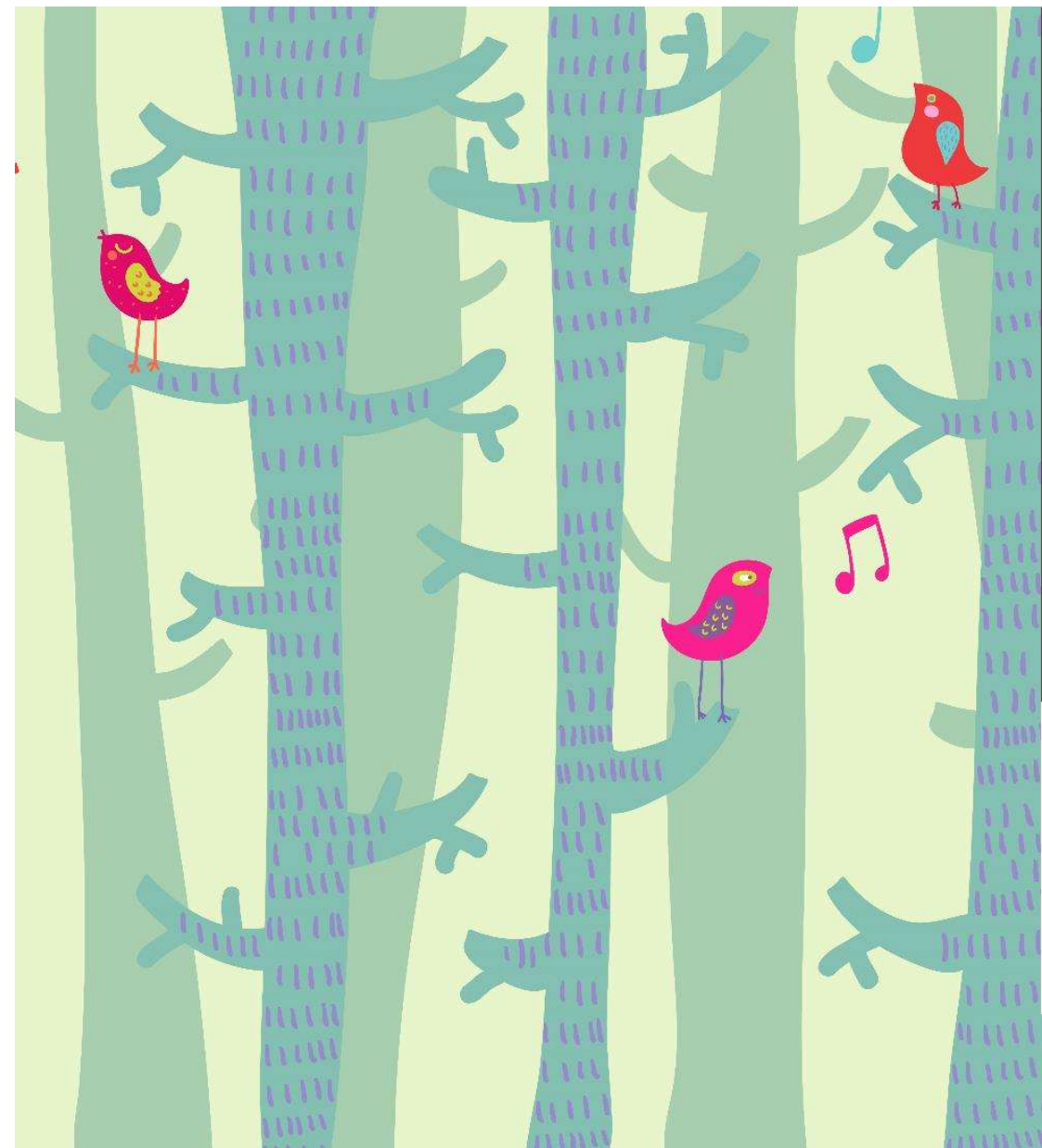
Echanges d'expériences

Analyse croisée DQ des
OT



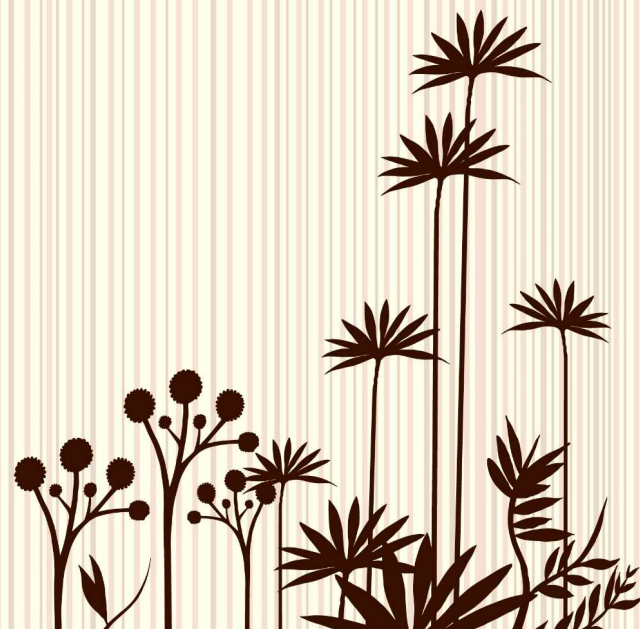
Astuces, solutions & enjeux

Alexia Mercorelli



Tour de Table

OT / Prénom / fonction / Etat DQ (initial ou renouvellement)



Introduction

Eric Lemaire

Evolution de la Marque Qualité Tourisme



Attribuée pour 5 ans

La DGE attribue désormais la MQT pour 5 ans afin d'aligner le dispositif sur les autres filières



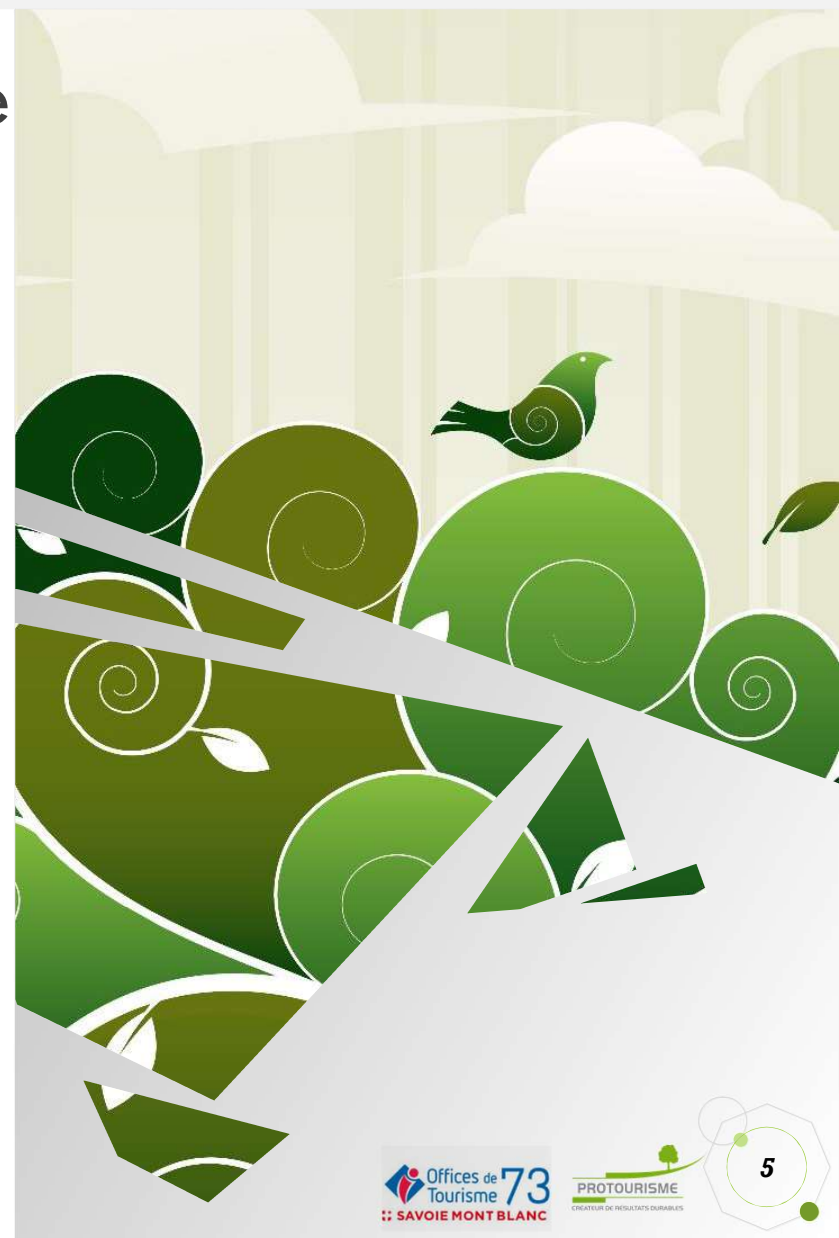
Audits mystères

La DGE souhaite remettre au cœur du dispositif le parcours client et la satisfaction des clientèles en incluant une notation (seuil minimal 85%)



Audit de suivi intermédiaire

Les dispositions pour assurer le suivi qualité et le réalisation d'un audit intermédiaire par un auditeur agréé sont en cours de négociation



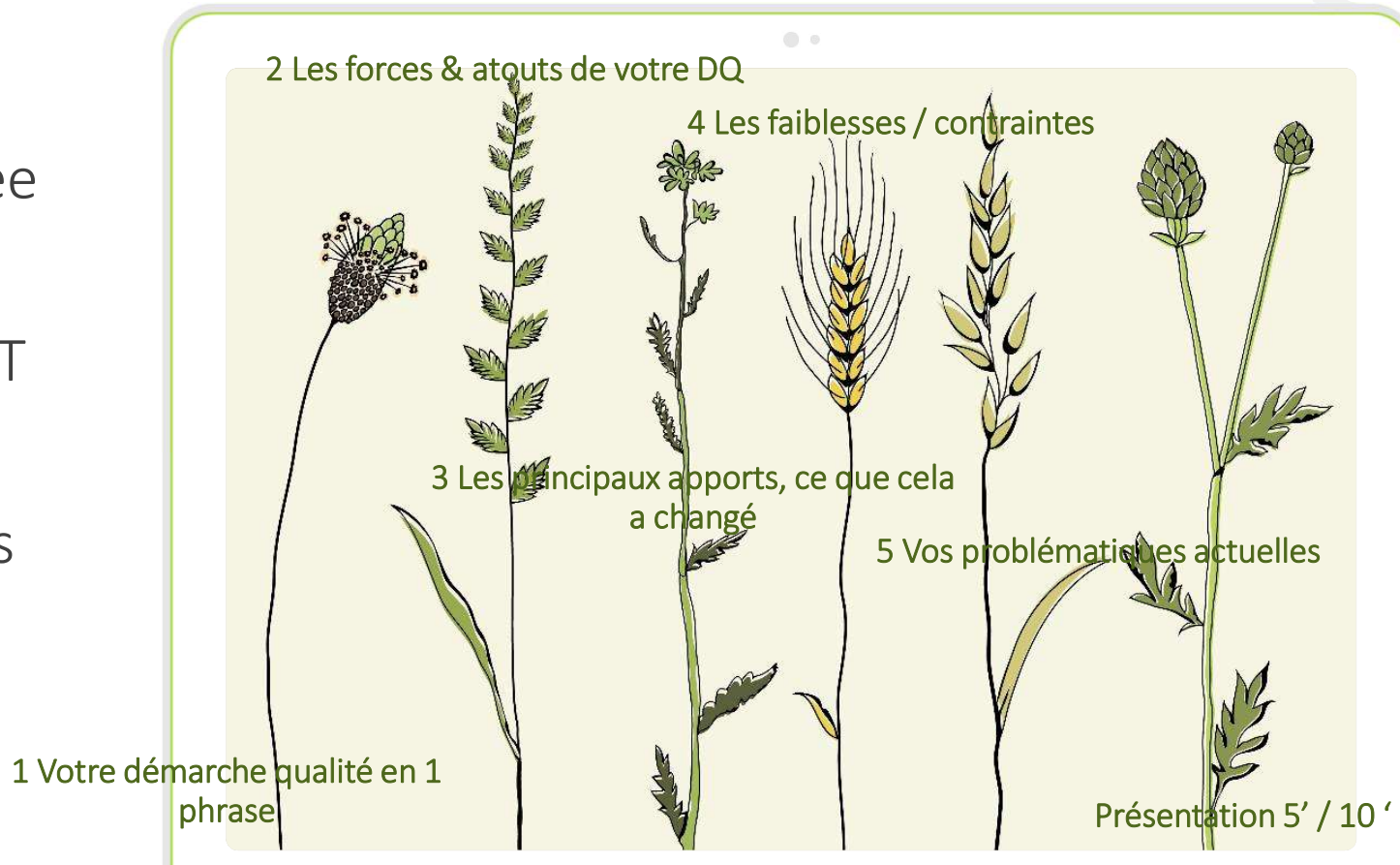
Votre démarche qualité

Echange d'expériences

Présentation croisée

2 groupes de 10 OT

Travail en binômes



Astuces, solutions & enjeux



Réponses aux problématiques

Astuces & solutions sur les problématiques évoquées par les OT



L'approche Processus

Intégrer la notion d'objectifs et mesure de la performance



Focus Accueil

Faire face aux enjeux et risques potentiels



Les problématiques

Implication des équipes

Management par la qualité

Dynamiser la DQ

Animer le GTL + gestion de la satisfaction

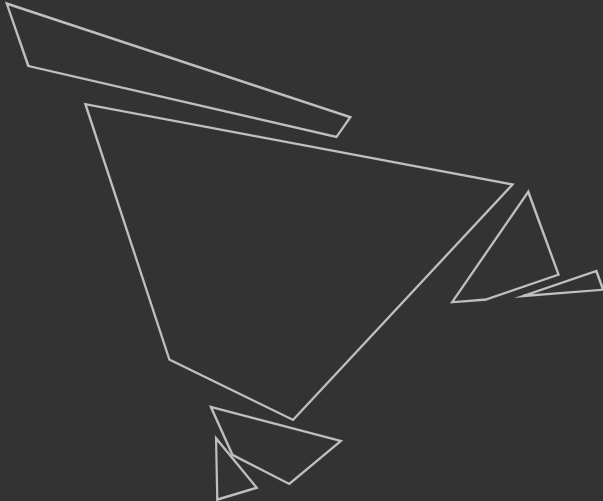
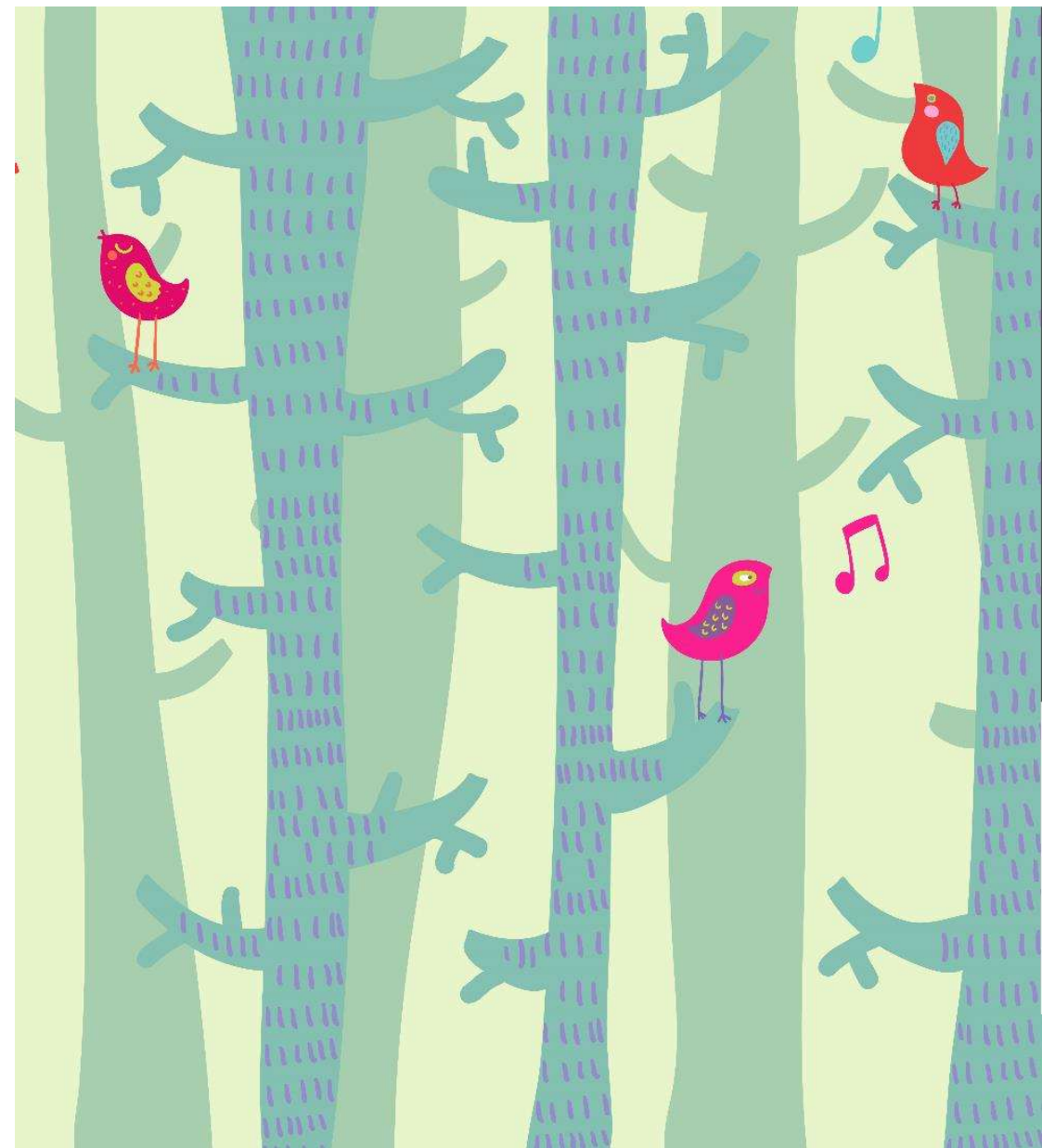
Alléger le système

Innover



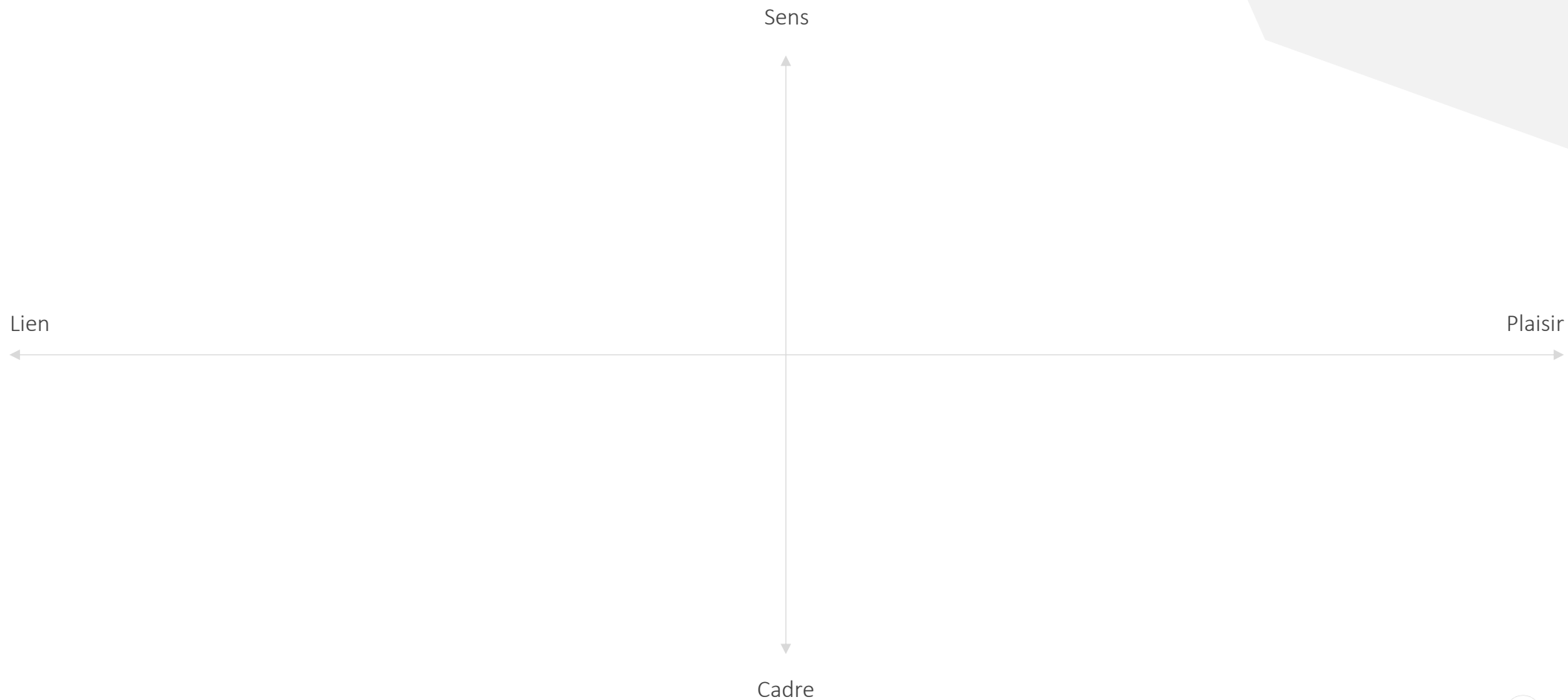
Des exemples

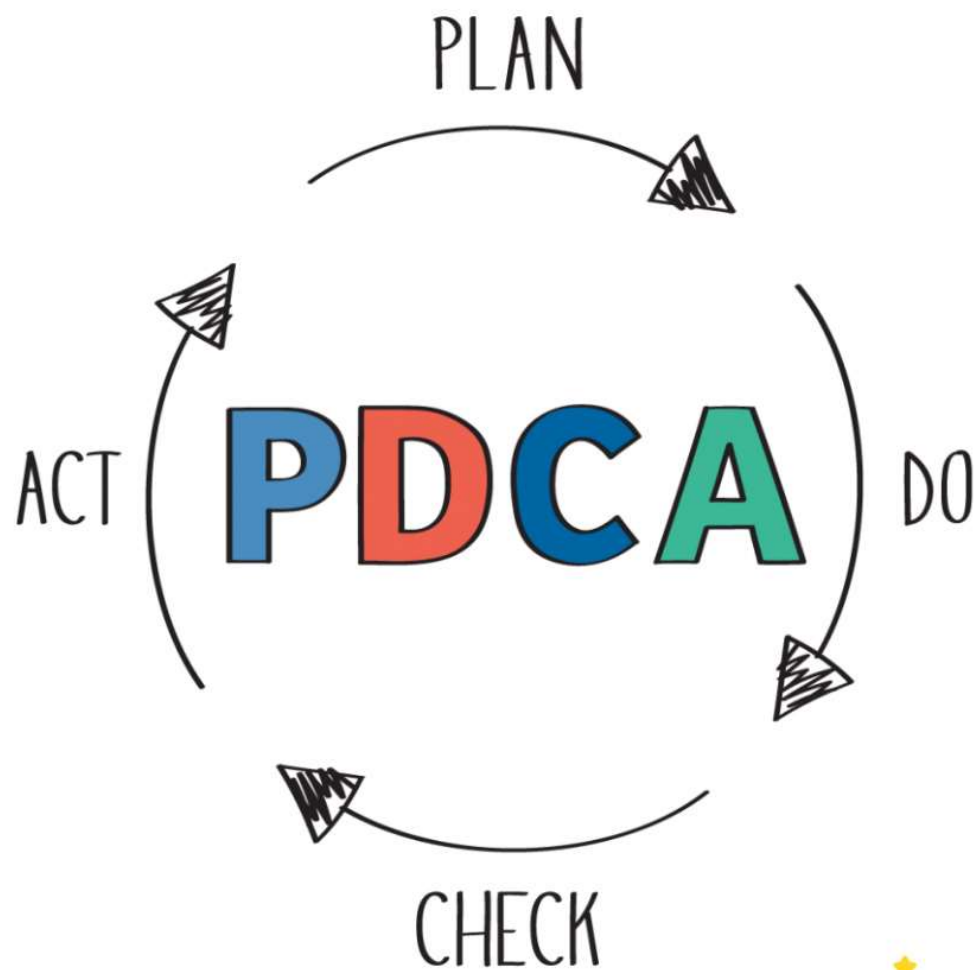
- MAQ
- Cartos
- Procédures
- ...



Approche Processus

Les 4 piliers d'une relation de qualité





L'approche processus : transformer les données d'entrée en données de sortie

Données d'entrée

= Documents cadres

Statuts / Convention d'objectifs / schéma de développement touristique / Plan d'actions / Fiches de postes / entretiens d'évaluation / Contrats / conventions....

Production

= création du service
Ou du produit

Prestation d'accueil des visiteurs, commercialisation de produits, accueil presse, contenu réseaux sociaux...

Données de sortie

= indicateurs

Toutes statistiques, actions de reporting, tableaux de bords ... ex : taux de fréquentation, nombre de journalistes accueillis, heures terrain, heures animation socio pros,

Se fixer des objectifs, mettre en place les actions pour les atteindre, mesurer et réajuster les résultats

M
e
s
u
r
e

D
e

I
n
f
o
r
m
a
t
i
o
n



Comment faisait-on avant ?



- Une stratégie peu ou mal définie ou inexistante ou méconnue des équipes, ou non communiquée en interne
- Des missions réalisées sans réel objectif
- Des indicateurs collectés par habitude, parfois inutiles ou peu pertinents

“MY OFFICE DASHBOARD” C’EST QUOI?

- Un logiciel personnalisé qui synthétise l’ensemble des indicateurs de votre structure en un seul outil.
- Tout en un : il regroupe tous vos anciens tableaux en une seule et unique base de données.
- Personnalisé, performant, innovant, flexible & rapide à mettre en place.

MOYENS TECHNIQUES

- Saisie des données sur une plate forme unique personnalisée avec les indicateurs pertinents de la structure et de la destination.

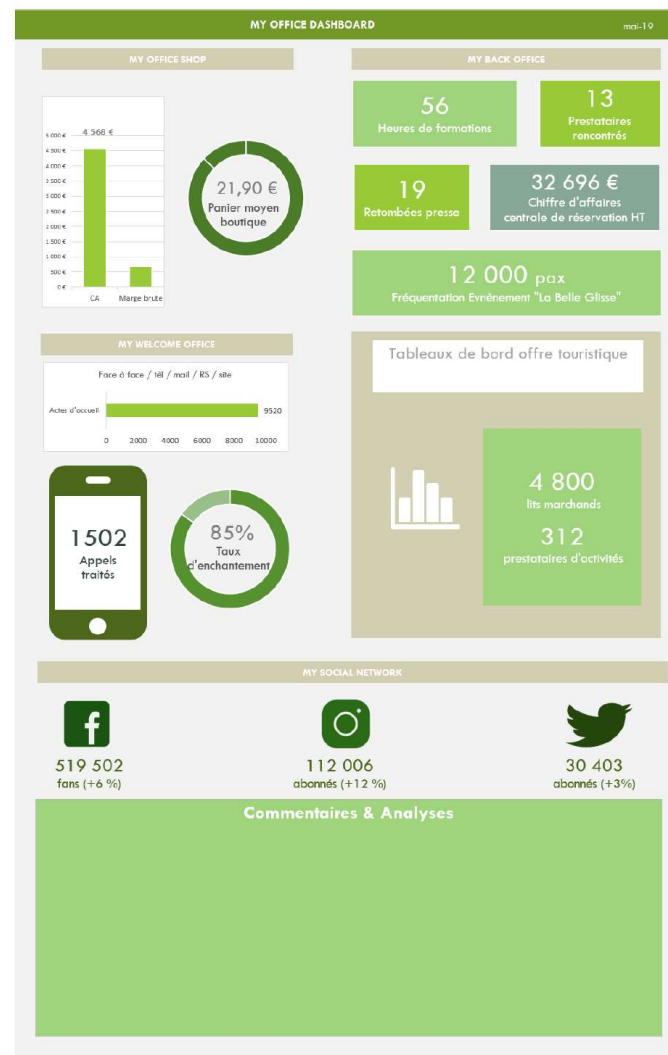
NOTRE METHODOLOGIE

- Personnalisation de l’outil sur site avec les équipes.
- Adaptation des matrices et sélection des indicateurs clés.
- Suivi opérationnel sur les deux mois de mise en place.

AVANTAGES

- Facilité d’usage - saisie unique aucune manipulation.
- Gain de temps et d’efficacité pour toutes les équipes.
- Suivi des indicateurs en temps réel.
- Génération de rapports automatiques prêts à être diffusés.
- Uniformisation des process dans la structure.

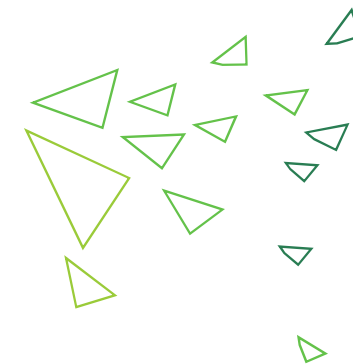
Exemples d’outils





Focus Accueil

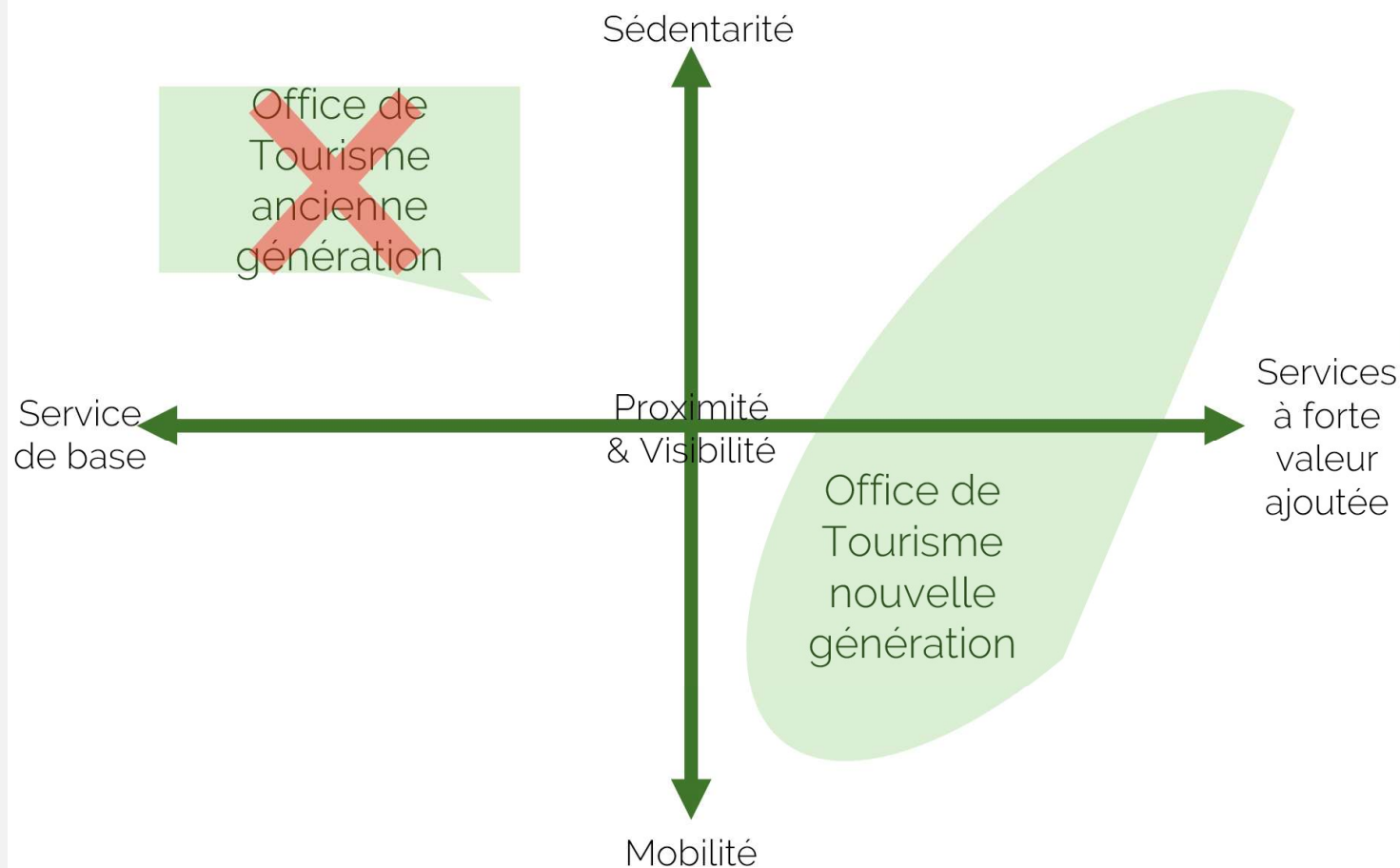
Remettre le client au cœur du dispositif



Enjeu Majeur

Des audits mystère réalisés par des cabinets indépendants (en cours de validation par la DGE) pouvant remettre en cause l'attribution de la Marque Qualité Tourisme

Les nouveaux enjeux des Offices de tourisme



SEDENTARITE

Implantation des Offices de Tourisme dans les lieux concentrant des flux touristiques importants

PROXIMITE & VISIBILITE

Faciliter l'accès à l'information touristique en étant présent chez les acteurs incontournables du territoire suivant des filières ou des thématiques définies

MOBILITE

Principalement développée en milieu rural, l'objectif est d'aller à la rencontre des clients sur les principaux sites touristiques et grands événements qui se déroulent sur le territoire

SERVICE DE BASE

Le service de base correspond à la mission de service public de l'office de tourisme (délivrer une information qualifiée et vérifiée)

SERVICES A FORTE VALEUR AJOUTEE

Celui-ci se caractérise par une nouvelle relation client au travers de partages d'expériences et de conseils personnalisés

La transmission de l'information touristique s'inscrit dans un espace innovant et multifonctionnel favorisant les immersions expérientielles (Cf. concept de tiers-lieu)

Définir un véritable Protocole d'accueil

Une mobilisation de l'équipe entière



Inventaire de notre offre

Les incontournables à valoriser pour générer expériences et souvenirs



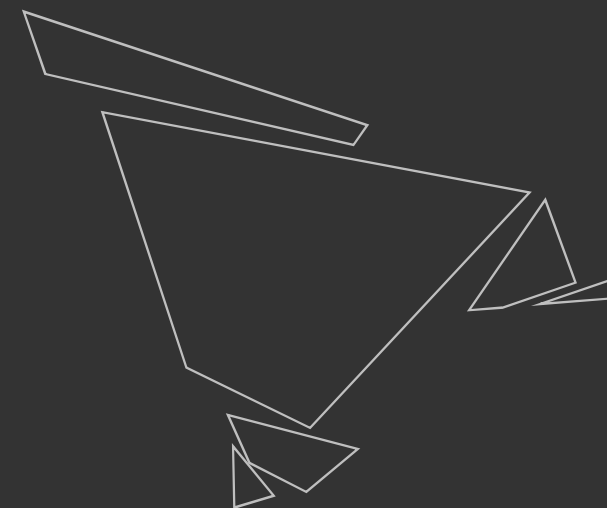
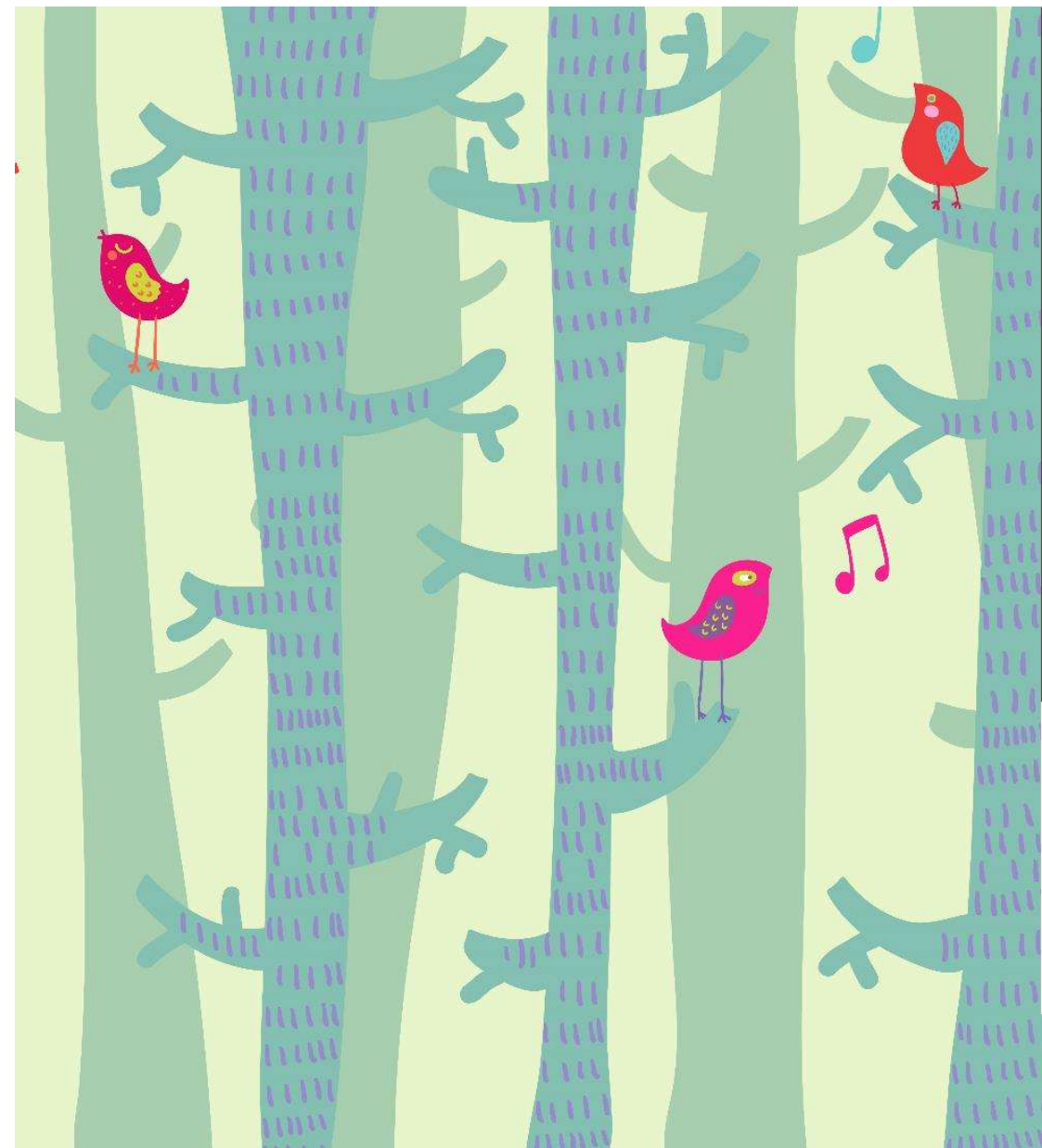
Qui sommes nous

Qu'est ce qui nous définit, quelles sont nos valeurs




Nos clients


Qui sont-ils
Que veulent – ils





Conclusion

Merci de votre
attention

Alexia Mercorelli 

06 21 91 17 18 

alexiamerco@marketingconseilaudit.com 

www.protourisme.com 


PROTOURISME
CRÉATEUR DE RÉSULTATS DURABLES


PROTOURISME
CRÉATEUR DE RÉSULTATS DURABLES