

SYNTHESE ATELIER 1 : COMMENT FAIRE LE MENAGE DANS LA STRUCTURE DOCUMENTAIRE

Matin :

Quoi ?

- Différentes mise à jour au quotidien
- 1 relecture générale 1 à 2 fois/an (avant la saison)

Quand ?

- A l'arrivée du 1^{er} saisonnier et en planifiant en amont un temps dédié

Comment ?

- Réunions / ateliers équipe RAQ + Référents concernés
- Concertation avec l'équipe + regard extérieur (si possible nouvel arrivant)

Qui ?

- Le RAQ supervise et valide

Pourquoi ?

- Plus d'efficacité, colle avec la réalité, plus utile pour les nouveaux entrants
- Suppression et archivage maximal

Après-midi :

- Relecture générale 1 à 2 fois/an (avant ou après la saison avec un temps dédié)
- Pas de doublon, encore actuel, encore utile, si doc utilise, reflet réalité
- Circuit approbation, le RAQ + collaborateur concerné = travail collectif
- Se réapproprier le système qualité, le rendre plus fluide, plus utile, plus léger, s'émanciper du référentiel
- Archive/suppression

SYNTHESE ATELIER 2 : Comment mobiliser l'équipe pour sortir du « c'est le dossier du RAQ » et de la mise à jour « pour l'auditeur » ?

I. Responsabiliser l'équipe, favoriser la créativité interne, impulser les suggestions d'amélioration interne, ... afin que tous les collaborateurs soient en capacité de gérer leur système documentaire de leurs services/missions

- Ateliers collaboratifs (notamment pour convaincre les réfractaires)
- Jeux, quizz
- « Vis ma vie »
- Cahier de transmission avec l'onglet qualité (besoin de temps)
- RDV avec collaborateur = lui demander de parler de ses tâches quotidiennes (ex : expliquer ce qu'ils font au quotidien)
- Séminaire interne = cohésion équipe +++

- Créer une procédure pour expliquer comment rédiger une procédure + les mettre en situation de rédaction
- Faire un retour des indicateurs de tous les services à fréquence trimestrielle à minima
- Donne un message positif, chacun apporte sa pierre à l'édifice
- Mise en valeur du travail de chacun : ne pas oublier l'humain, sortir du 100% opérationnel pour prendre du recul sur le poste de chacun
- Démontrer l'intérêt des procédures (maladie, départ)

II. Démontrer le retour sur investissement à l'équipe pour favoriser le cercle vertueux de la qualité

- Leur donner un retour sur leur travail et sur les données collectées via des indicateurs d'activités synthétisés + l'analyse des indicateurs qualité collectés à l'accueil. Fréquence régulière à préconiser.
- La communication interne doit être facilitée afin de les informer en permanence et favoriser leur implication dans les travaux à mener (fluidifier = mails / tél / Messenger ou messagerie instantanée / réunion hebdo dédiée à QT / Transmission des avis – remarques positives (voir pour synthétiser le tout en flash info QT mensuel ?)

SYNTHESE ATELIER 3 : Battle Papier VS digital

En interne : Comment optimiser son système Qualité?

En externe : Quels supports utiliser pour l'accueil des publics

PAPIER	
POUR	CONTRE
<p>INTERNE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accessibilité et traçabilité des infos • Fiabilité des infos • Facilité de travail sur plusieurs documents en même temps • Norme NF, écolabel <p>Système qualité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Support papier, fiches procédures et manuel accueil est pratique pour feuilleter, peut-être transporté par le CES, trace matérielle qui donne le sentiment d'appartenance à l'OT • Questionnaire papier car nécessité d'accompagner le visiteur (médiation) • Fiche réclamation donne un poids au mécontentement du visiteur car obligation de la signer • Réclamation papier est l'occasion d'un échange constructif avec les CES <p>EXTERNE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Support d'info pour les clients • Support adapté à toutes les clientèles 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas très écologique • Recyclage papier pollue • Stockage difficile • Difficulté de mise à jour qui nécessite une réédition • Surconsommation de papier <p>Système qualité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réclamation par mail est possible = le visiteur est beaucoup plus enclin à s'exprimer en rentrant à la maison

<ul style="list-style-type: none"> • Facilite le contact humain / interaction humaine • Permet le conseil éclairé, diffusion raisonnée • Plus reposant, plaisir de feuilleter : on utilise beaucoup des écrans dans notre quotidien 	
--	--

DIGITAL	
POUR	CONTRE
INTERNE <ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour plus pratique et rapide en temps réel - évolutif • Ecologique / Ecodéveloppement • Tendance / nouvelle pratique : donne un côté moderne • Gain de place • Facilité d'échange entre les bureaux distants en temps réel • Economique papier / encre / temps • permet de faire des liens informatiques • permet de classer les outils = avoir un rangement organisé & partagé/accessible 	<ul style="list-style-type: none"> • Problème lors de bug technique : n'est plus accessible • Mise à jour prend du temps • Nécessite l'impression de documents non édités • Ondes • Surcoût par l'impression des docs des autres OT, consomme électricité • Coût de mise en place : matériel, formation, personnel, ... • Outil vite dépassé • Problème de stockage
EXTERNE <ul style="list-style-type: none"> • Bcp plus écologique et économique : moins de gaspillage • Outil ludique et interactif, touche de nouvelles clientèles, en corrélation avec les nouvelles habitudes des visiteurs • Expérience pour le client • Accessible 24h/24 à l'info • Déclenche certaines ventes • Réponse affinitaire selon les goûts des clients • Gestion des flux, facilite l'attente • Soutien l'accueil : application de traduction, ardoise, ... Tablette = outil de force de vente pour le CES à l'accueil car illustre les propos : photos/maj en continu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne correspond pas à toutes les clientèles : certains ne s'y retrouvent pas ou ne le souhaitent pas (ne veulent pas subir les ondes) - Visiteur souhaite/recherche la déconnexion • Dépendance à la couverture web pour visiter • Stockage parfois limité de l'information • Lourd de s'identifier pour le client • Problème RGPD • Trop « mâché » : les clients vont vers les choses qu'ils connaissent <p>Ecran à l'accueil = met une distance entre le CES & le visiteur</p>

Conclusions :

Charge aux OT d'adopter le format de diffusion de l'information le plus favorable à la pratique de visite :

- Evoluer vers le digital mais en gardant le papier (adapté à certaines clientèles) ;
- Adapter les brochures à la façon de consommer : coup de cœur, secret, ...
- Export numérique peut être une passerelle entre le numérique et le papier
- Numérique est un bon relai d'information lorsque le service n'existe plus ou en dehors des horaires, permet le conseil à distance
- Les 2 sont complémentaires, l'humain fait la part des choses entre les 2

SYNTHESE ATELIER 4 :

Comment mettre en place l'observatoire de l'OT ? Que doit-on mesurer, quand et comment ?

Interne : pour mesurer l'activité menée par l'OT

Externe : pour évaluer le niveau de satisfaction des visiteurs

1/ Quels supports utilisez-vous pour évaluer la satisfaction de vos visiteurs : questionnaires de satisfaction ? Autres outils, lesquels ?

- Beaucoup d'offices de tourisme utilisent les questionnaires de satisfaction papier, pour les autres soit ils utilisent des tablettes (Granville avec Touch quizz - Saint Lô) soit ils ont abandonné les questionnaires (Terres de Nacre).
- Pour ceux qui ont conservé le format papier la plupart utilisent google forms pour le traitement des résultats (mais limité dans son utilisation, on ne peut pas retravailler les graphiques comme sur Excel).
- Certains offices ont fait le choix de ne mettre en place que des enquêtes clientèles/de conjoncture.
- Sinon tout le monde a conservé les fiches remarques/suggestions/réclamations.

2/ Quelles informations souhaitez-vous collecter à travers ces outils ?

- Profil client
- Info pratiques
- Accessibilité
- Questionnaire spé EVENT
- Boutique

3/ L'évaluation sous format digital vous paraît-elle mieux adaptée que la version papier ?

Questionnaire papier mais analyse numérique

4/ Selon vous, quels sont les éléments incontournables à évaluer dans le questionnaire de satisfaction ?

- Déterminer la cible de clientèle
- En fonction de chaque clientèle, rédiger des questions adéquates

Pistes d'amélioration Accueil

5/ Quelle est la pertinence des avis postés sur les réseaux sociaux de satisfaction (ex : TripAdvisor) ?

Avis à prendre en compte mais à relativiser

6/ Comment utilisez-vous les réseaux sociaux de satisfaction dans votre évaluation de la satisfaction client ? Pertinence d'analyser les réseaux sociaux

Tous les OT ne les utilisent pas. Et certains offices n'ont pas de compte Tripadvisor/Google My Business. Pour les réseaux Facebook / Instagram / Twitter souvent c'est le service Communication/marketing qui gère les comptes et répond aux avis.

Ceux qui ont des comptes répondent systématiquement.

Il est pertinent de les prendre en compte mais attention à prendre avec des pincettes tout de même (certains avis ne sont pas constructifs car ils dévalorisent la structure).

7/ Avez-vous créé un outil pour évaluer la satisfaction des socio-pros ? Sur les services de l'OT ? Sur la destination ? Préciser sur quoi sont-ils sondés ? Evaluer la fréquentation et le taux de remplissage des prestataires

8/ Comment et quand traitez-vous/analysez-vous les données récoltées ?

Bilan mensuel via Tourinsoft, Google Form et Excel

9/ Comment abordez-vous le résultat de vos enquêtes lors des GQD ?

Tous les OT optent pour le support Power-point :

- A Rouen les résultats sont transmis avec seulement quelques graphiques (de façon synthétisée) et l'accent est mis sur certains points ou thématiques qui sont annoncés dans l'ordre du jour.
- A Terres de Nacre un GQD par commune / A Deauville GQD commun à l'ensemble du territoire.
- Certains OT fonctionnent avec les mêmes invités à chaque GQD et d'autres font évoluer les invités suivants les thématiques abordées.

10/ Comment motivez-vous votre équipe à faire des questionnaires ?

- Beaucoup d'Offices ont mis en place des "journées enquêtes" : un jour dans la semaine est défini par le RAQ pour que les conseillers en séjour remettent aussi souvent que possible un questionnaire à chaque visiteur renseigné.
- Une idée a été suggérée dans le cas d'un accueil "hors les murs" : motiver le client à répondre au questionnaire en lui remettant une offre prestataire (définir une offre avec un restaurateur ou un magasin, par exemple 1 café offert, une remise de 10%...).