

COMMUNIQUER SUR SA DÉMARCHE QUALITÉ ET SES SERVICES

LA CONCEPTION DU MANUEL QUALITÉ

PROGRAMME

- **Introduction : La mise en place d'une démarche qualité**
 - *Une démarche qualité, à quoi bon ?*
 - *La boucle qualité*
 - *La gestion de la qualité*
 - *Les bénéfices de la qualité*

- **Le manuel qualité, un outil pour assurer la continuité du service**
 - *Qu'est-ce que le manuel qualité ?*
 - *La formalisation d'un système documentaire*
 - *Pourquoi concevoir un manuel qualité ?*
 - *Le contenu du manuel qualité*

- **Bonnes pratiques et inspirations**
 - *Le manuel qualité au format guide/brochure*
 - *Le e-manuel qualité*
 - *Le manuel qualité vidéo*

- **Conclusion**

INTRODUCTION

La mise en place d'une démarche qualité



INTRODUCTION – Une démarche qualité, à quoi bon ?



Trois constats de départ justifiant la mise en place des démarches qualité

- La qualité de l'accueil remise en question.
« *L'accueil est la construction d'une atmosphère dans laquelle le visiteur se sent attendu et désiré* » (K. Hudson)
- Des infrastructures vieillissantes (aéroports, hébergements qui ne sont pas modernes, etc.).
- Le rapport qualité/prix de la destination France face à la compétitivité des destinations européennes.

Les enjeux de la démarche qualité

- Mieux répondre aux attentes des touristes et aux besoins implicites variés (notion de « sans couture »).
- Assurer un développement durable des territoires.
- Tirer profit d'un savoir-faire et offrir un service performant en gagnant en temps et en efficacité.
- Faire reconnaître la qualité des services et fidéliser les visiteurs.

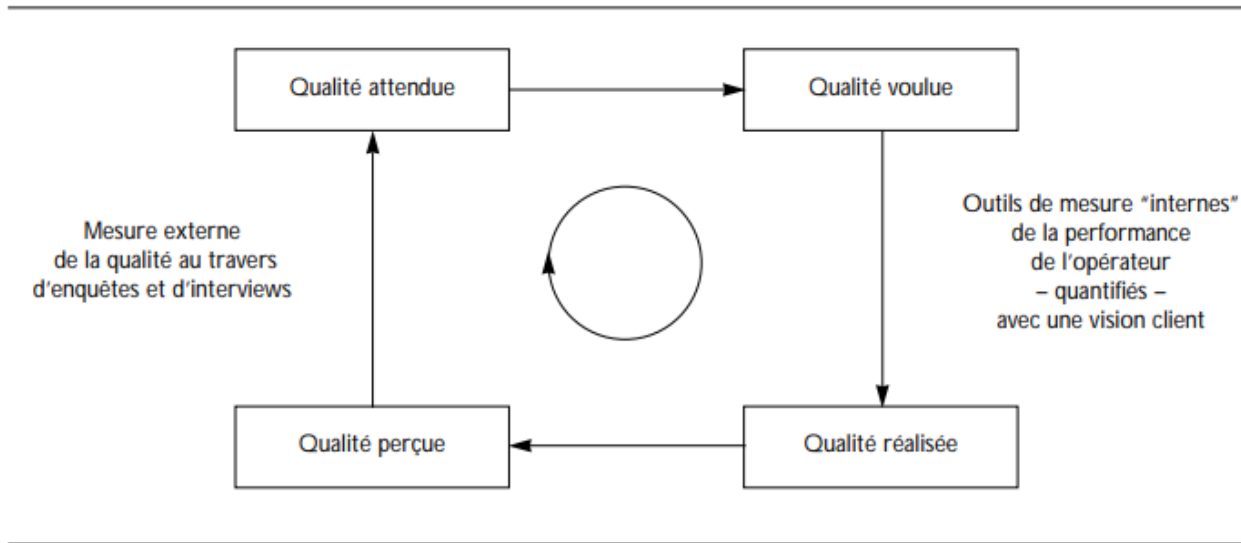


QUALITÉ D'EXPÉRIENCE



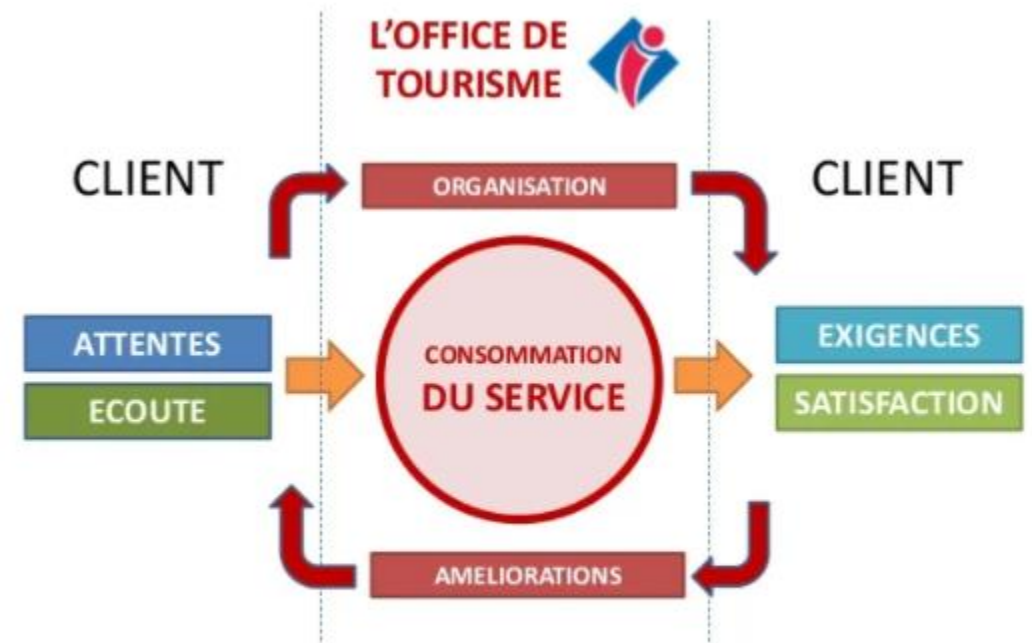
INTRODUCTION – La boucle qualité

La boucle qualité



La boucle qualité imaginée par William Edwards Deming théorise une dynamique vertueuse d'amélioration continue.

Identification et réduction des écarts entre les niveaux de qualité attendue et perçue par le client, réalisée et voulue suscite une dynamique d'amélioration continue l'OT.

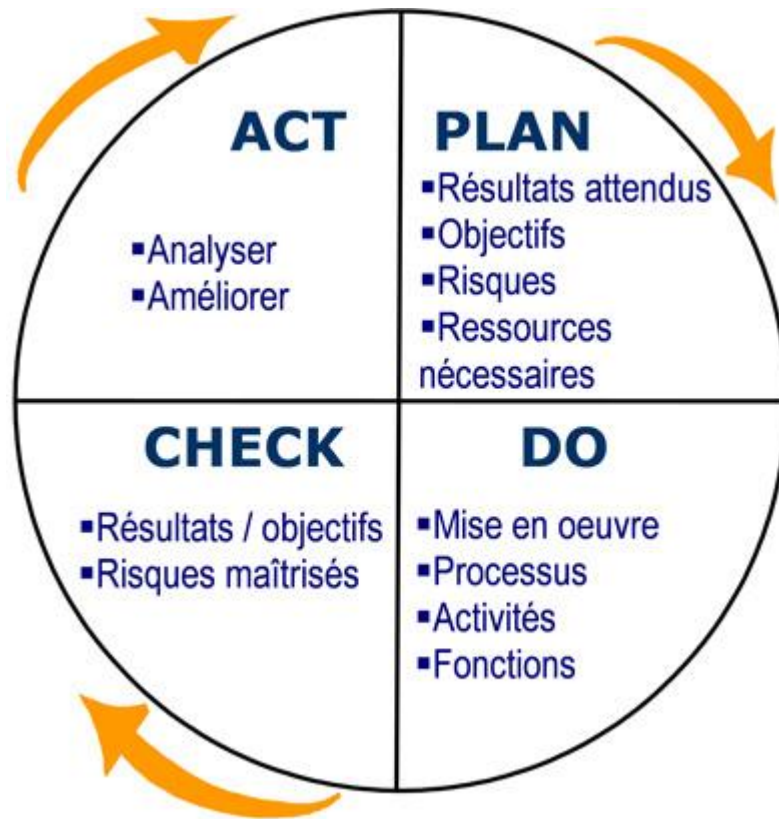


La démarche qualité vise à réduire l'écart entre la l'expérience attendue et l'expérience perçue

Source : MONA

INTRODUCTION – La gestion de la qualité

La méthode PDCA est une démarche cyclique visant à remettre en question toutes les actions précédemment menées afin de les améliorer.



- **Planification/définition : Préparer, planifier**

Prise en considération des avis des visiteurs de l'OT, enquêtes de satisfaction. Identification des problématiques.

- **Exécution : Développer, réaliser, mettre en œuvre**

Préparation d'un plan d'action qui sera amené à évoluer.

- **Mesure/vérification : Contrôler, vérifier**

Analyse et contrôle de la solution imaginée.

- **Action/réalisation : Agir, ajuster, réagir**

Généralisation de la solution retenue. Suivi de la performance et identification des améliorations.

INTRODUCTION – Les bénéfices de la qualité

- Dans une entreprise où il y a de la qualité Il y a de la satisfaction, du bien-être. Par conséquent, la productivité des salariés est meilleure.
- Avec la qualité, on cherche toujours à s'inscrire dans une démarche améliorative.
- À partir du moment où les clients perçoivent la qualité, l'organisme est également gagnant.
- L'Office de Tourisme dispose d'outils concrets de gestion.
- Le transfert de la connaissance va plus loin que de l'information.

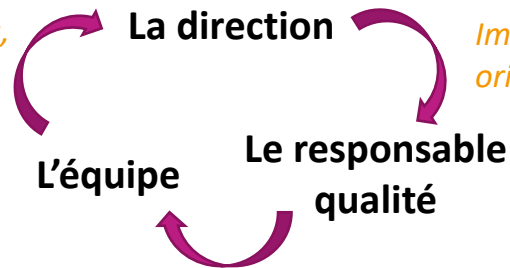


Le responsable qualité a un rôle majeur !

- Il impulse la mise en œuvre de la politique qualité au sein de la structure.
- En concertation avec la direction, il définit les objectifs et les indicateurs de suivi de cette démarche.
- Il assure la promotion de la démarche en interne par des actions de sensibilisation.
- Il s'assure de l'application des normes réglementaires.
- Il rédige les process à suivre.



*Communication des dysfonctionnements,
participation active*



*Impulsion et définition des
orientations*

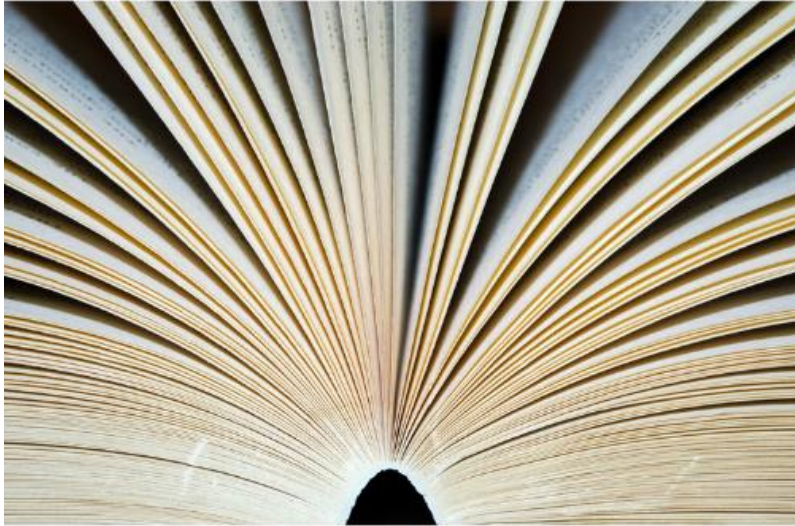
*Supervision de la démarche,
accompagnement et animation*

I.

Le manuel qualité, un outil pour assurer la continuité du service



I – Qu'est-ce que le manuel qualité ?



Jusqu'en 2019, la conception d'un manuel qualité était une obligation de la marque Qualité Tourisme™.

La démarche qualité de l'OT est formalisée dans le Manuel Qualité : descriptions des orientations stratégiques de l'OT et du fonctionnement du système qualité.

Scolaire, peu lisible et attrayant, ce document très administratif constituait un frein majeur à la mise en place d'une démarche qualité.

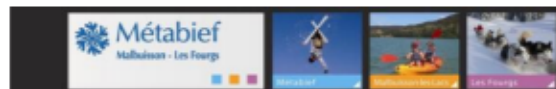


SOMMAIRE

- 1. Présentation de l'Office de Tourisme
 - 1.1 Historique
 - 1.2 Mission Générale
 - 1.3 Organigramme
- 2. Politique Qualité
 - 2.1 Engagement et politique de la Direction Générale
 - 2.2 Principaux engagements clients
 - 2.3 Engagement envers les collectivités de tutelle
 - 2.4 Engagement envers les institutionnels
 - 2.5 Engagement envers les socio professionnels
 - 2.6 Organisation interne de la qualité (moyens humains et techniques)
 - 2.7 Gestion du Manuel Qualité et des documents qualité
- 3. Dispositions pour assurer la qualité du service accueil
 - 3.1 Acheminement et accès
 - 3.1.1 Localisation de l'Office du Tourisme
 - 3.1.2 Politique de signalétique
 - 3.1.3 Accès
 - 3.1.4 Politique des horaires
 - 3.1.5 Politique de mise à disposition de l'information lors de la fermeture
 - 3.1.6 Politique d'aménagement
 - 3.1.7 Politique de signalétique interne
 - 3.2 Accueil en face à face et par téléphone
 - 3.3 Information Client
 - 3.4 Service du courrier / Gestion des mails
 - 3.5 Gestion de la documentation
 - 3.6 La promotion
 - 3.7 La commercialisation
 - 3.8 Gestion de l'animation
 - 3.9 Gestion de la boutique
 - 3.10 Gestion d'équipement
- 4. Gestion du personnel / Recrutement et formation
 - 4.1 Le plan de formation
 - 4.2 Le suivi du personnel
 - 4.3 Gestion des stagiaires / saisonniers
- 5. Gestion des indicateurs
 - 5.1 Les indicateurs d'activités
 - 5.2 Les indicateurs qualité
 - 5.3 Les indicateurs d'efficacité
- 6. Les actions correctives
- 7. Le groupe de travail local de qualité
- 8. Annexes

Office de Tourisme de Miribel et
du Plateau

Chacun des critères du référentiel sont explicités dans
ces versions du manuel qualité.



SOMMAIRE

INTRODUCTION

- I - Objet et domaine d'application page 4
- II - Présentation de l'office de tourisme page 5-6

CHAPITRES

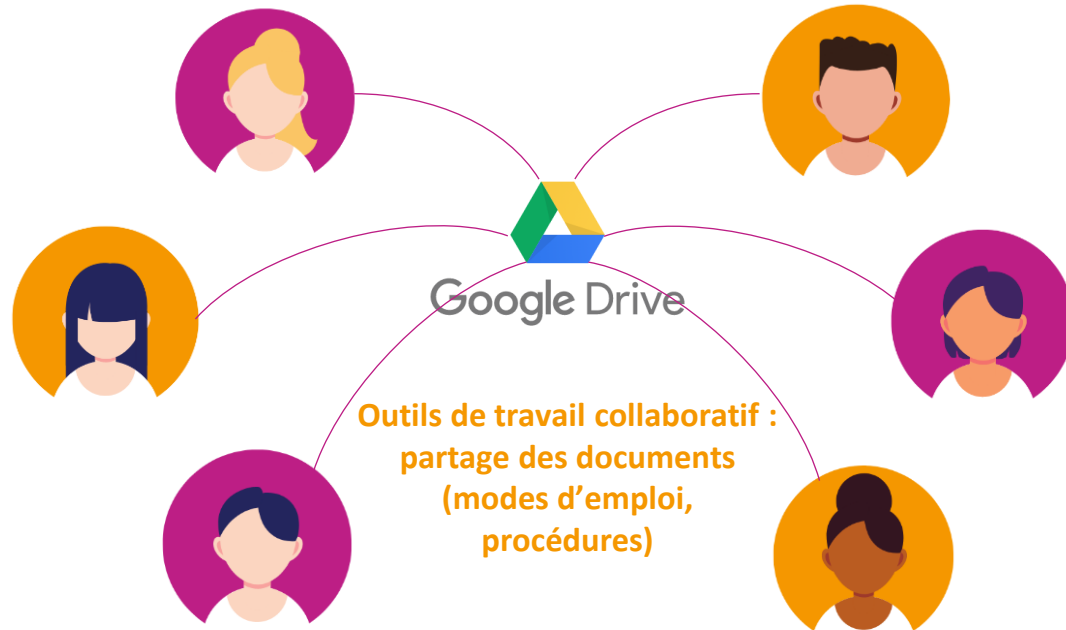
- 1 : Engagements envers la collectivité page 7-10
- 2 : Engagements en interne à l'OT page 11-26
- 3 : Promotion page 27-38
- 4 : Engagements envers les réseaux institutionnels du tourisme page 39-42
- 5 : Engagements envers les socio-professionnels page 43-48
- 6 : Engagements envers les visiteurs page 49-80

PARTIE OPTIONNELLE

- 7 : La Boutique (non applicable) page 81-82
- 8 : Organisation d'évènements (non applicable) page 83-86
- 9 : Commercialisation page 87-96

Office de Tourisme de Métabief

I – La formalisation d'un système documentaire



La numérisation des outils qualité

- De nombreux OT facilitent l'accès à la documentation en garantissant un accès partagé : Google Drive, Cloud, serveur.
- Chaque collaborateur est investi dans la mise à jour du système.
- Cela favorise l'allègement des outils et le test de ces derniers : sont-ils toujours opérationnels et pertinents ?



Dans sa démarche qualité, chaque structure identifie les outils à mettre en place en fonction de son fonctionnement.

I – Pourquoi concevoir un manuel qualité ?

- Le fil conducteur d'une démarche qualité.
- Un projet d'équipe structurant.
- Un outil de communication et de promotion.
- Un support qui assure une transmission efficace des informations.
- Un premier état des lieux des outils de la qualité avant d'envisager la démarche Qualité Tourisme™.



I – Le contenu du manuel qualité

- **Quelle est l'utilité du manuel qualité ?**

Présentation de la structure : qui sommes-nous, quel est notre positionnement et notre stratégie (axes de développement, objectifs fixés pour les différents services : accueil, la promotion, la communication, les relations avec les prestataires, la commercialisation, etc.).

- **À qui s'adresse-t-il ?**

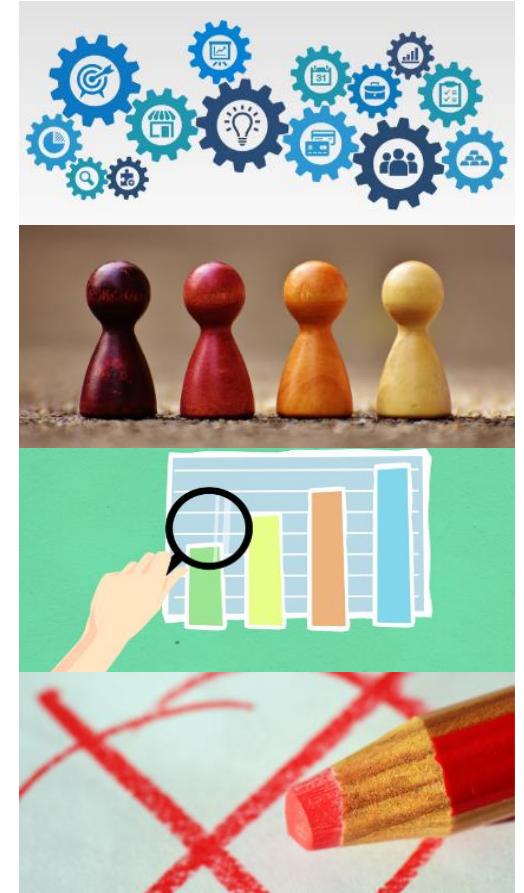
Les cibles du manuel qualité : est-ce qu'il sera diffusé en interne aux équipes ? Transmis aux élus ? Consultable en ligne ? Engagements et objectifs de la politique qualité.

- **Concrètement, quelles sont les mesures mises en place ?**

Quels sont les outils mis en place pour assurer la qualité du service. Dispositions en termes d'écoute-client (enquêtes de satisfaction, traitement des remarques, suggestions et réclamations, dysfonctionnements sur la destination, etc.).

- **Quels sont les résultats attendus ?**

Les indicateurs permettant de mesurer et d'effectuer un suivi de cette amélioration continue.



Qui sommes-nous ? • p4

Nos orientations stratégiques • p6

Une organisation au service de la stratégie • p8

Le fonctionnement de l'association • p10

La démarche qualité • p12

1 PRÉVOIR | PLANIFIER • p14
Définition des orientations, objectifs stratégiques et des moyens

2 DÉVELOPPER | RÉALISER • p16
Mise en œuvre du plan d'actions

3 VÉRIFIER | VEILLER • p18
Observation et analyse des résultats et de la satisfaction clientèles

4 CORRIGER | AMÉLIORER • p20
Adaptation et progression du fonctionnement et de l'organisation

Les procédures qualité • p22

Lorient Bretagne Sud Tourisme

Sommaire

01	• Qui sommes-nous?	04	• Nos objectifs qualité
02	• Qualité Tourisme, pourquoi ? pour qui ?	05	• Nos engagements
03	• Notre stratégie	06	• S'améliorer et progresser

Office de Tourisme de Seignosse

Quelques conseils

- Veillez à la structuration du manuel qualité (sommaire, pagination, édito, etc.).
- Privilégiez une mise en page aérée (5 pages de texte suffisent).
- Enrichissez votre document de graphiques, de tableaux et d'illustrations.
- Ajoutez la codification de bas de page en précisant l'auteur du manuel, sa version et la date.



*Office de Tourisme Bretagne
Côte de Granit Rose*

II. Bonnes pratiques et inspirations



II – Le manuel qualité au format guide/brochure

1. Qui sommes-nous ?

a. Présentation

2

OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DU GRAND BESANÇON

L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DU GRAND BESANÇON

est une association de loi 1901 née sous le nom de syndicat d'initiative de Besançon.

L'Office de tourisme et des Congrès du Grand Besançon, sous la tutelle de la Mairie de Besançon et de la Communauté d'Agglomération du Grand Besançon, établit tous les 7 ans un Schéma de Développement Touristique puis assure le suivi, la mise en œuvre, et la coordination des opérations en lien avec l'ensemble des partenaires touristiques.

SES PRINCIPALES MISSIONS SONT :

- L'accueil, l'information et le conseil des touristes, excursionnistes et habitants.
- La promotion du territoire touristique
- Le montage et la commercialisation de produits touristiques
- L'animation des professionnels du tourisme

L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

DANS LE GRAND BESANÇON : CHIFFRES CLEFS

- Près de 1 770 chambres (33 hôtels et résidences hôtelières)
- Plus de 511 385 nuitées hôtelières en 2018*
- Plus de 126 millions d'euros de consommation touristique en 2015**
- Près de 2 400 emplois touristiques dans le Grand Besançon***

* Source Insee

** Méthode calcul retombées économiques : CRT Rhône Alpes

*** Etude CRT Franche-Comté 2015



BON À SAVOIR

BESANÇON

Entre collines boisées, forêts, parcs et jardins, Besançon offre un cadre de vie exceptionnel aux 200 000 habitants de son agglomération. Avec ses 2 400 hectares d'espaces verts constituant un incomparable réservoir de bien-être et d'oxygène, elle est régulièrement classée dans le palmarès des villes où il fait bon vivre.

La ville bénéficie de plusieurs pôles d'excellence et notamment des microtechniques, du temps-fréquence et du génie biomédical. C'est une des raisons pour lesquelles 21 000 étudiants choisissent chaque année de suivre un enseignement supérieur de qualité à Besançon.

QUI SOMMES-NOUS ?

La destination camarguaise incontournable

Aigues-Mortes dispose de nombreux atouts culturels, patrimoniaux et naturels qui font d'elle une **destination unique** et incontournable.

- Une situation géographique exceptionnelle au cœur de la Camargue gardoise qui offre une diversité de paysages : vignobles, marais salants, étangs, roselières, pinèdes et plages méditerranéennes
- Un patrimoine historique remarquable avec les fortifications du XIII^{ème} siècle, l'église et les chapelles...
- Une nature environnante préservée et classée, source d'authenticité, de bien-être et de découvertes traditionnelles de qualité
- Des traditions fortes perpétuées de générations en générations

L'industrie touristique est la **première économie** d'Aigues-Mortes :



Manuel qualité 2018 | Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon

Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon

Office de Tourisme d'Aigues-Mortes

- Présentation de la destination et de ses aménités (offres du territoire).
- Présentation des missions et de l'organisation de l'OT (catégorie, budget, organigramme, trombinoscope, chiffres-clés : visiteurs au comptoir, sessions sur le site internet, etc.).

1. Qui sommes-nous ?

b. Le positionnement et la stratégie du territoire

Le positionnement touristique de Seignosse



Ce travail sur le positionnement marketing de la destination a été mené en 2015/2016 en associant dans différentes sessions de réflexion : l'équipe de l'office de tourisme, les élus, et les professionnels de la station.

Ce positionnement sert de cadre à nos actions de promotion, et se décline sur tous nos supports de communication. Il est aussi repris dans les enjeux de la politique touristique communale.

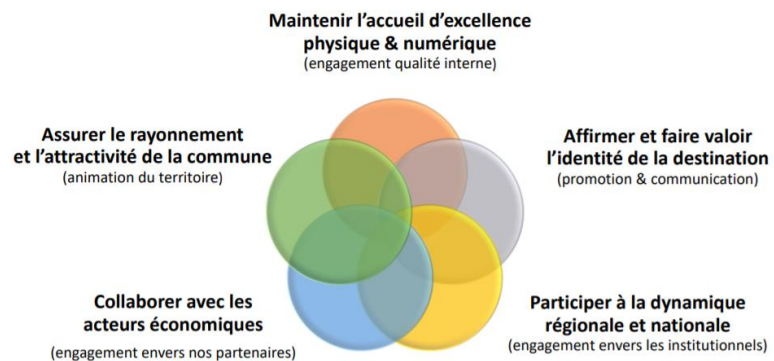
La politique touristique de la commune de SEIGNOSSE

AXES STRATEGIQUES	
1.	Rendre les plages plus attractives
2.	Conforter la filière surf & glisse
3.	Développer la filière bien-être & nature
4.	Renouveler l'offre des équipements phares de la commune
5.	Préserver le cadre de vie et développer des usages tournés vers la nature
6.	Optimiser la capacité d'accueil et le taux d'occupation des hébergements
7.	Rendre la commune plus vivante et animée
8.	Connaître la clientèle et répondre à ses attentes
9.	Mieux accueillir pour fidéliser les clients et susciter la recommandation
10.	Faciliter l'accès, le repérage et l'information sur place
11.	Communiquer et séduire pour conquérir de nouveaux marchés
12.	Impliquer les partenaires touristiques
13.	Optimiser l'organisation interne et les ressources humaines

Ces 13 axes stratégiques sont traduits dans notre plan d'action annuel

Notre stratégie

La Direction définit et transmet sa politique stratégique et ses objectifs.



Office de Tourisme de Seignosse

- Identifiez ce qui différencie et singularise l'OT et sa destination.
- Précisez les axes stratégiques identifiées en concertation avec la collectivité de tutelle.

Les engagements qualité

Objet du manuel qualité

Le présent « Manuel Qualité » a pour objet de formaliser la démarche qualité de LBST mise en œuvre pour assurer la qualité de son organisation au service de la satisfaction de ses clientèles.

Il présente notamment les orientations stratégiques de l'association et le fonctionnement de son système qualité.

Il répond aux exigences du référentiel qualité Offices de Tourisme de France, mis à jour en octobre 2016.



Cibles du manuel qualité

Le manuel qualité est à usage externe et interne. Il s'adresse à l'ensemble de nos clientèles, partenaires, socio-professionnels et réseaux institutionnels du territoire ainsi qu'à tous les salariés de l'office de tourisme.

Gestion du manuel qualité

Le manuel qualité est rédigé par le Référent Qualité en charge notamment de l'animation du système et du respect des engagements. Il est approuvé par la direction de l'association. Il est diffusé sur le site Internet de LBST. Il est à disposition de l'équipe et complété par un site web dynamique et collaboratif. [Dokuwiki : www.dq[bs]t.ovh]

Domaines d'applications

La démarche qualité engagée par LBST concerne l'ensemble de ses activités et de ses services.

A ce jour, ne disposant pas d'espaces dédiés à la boutique d'une part et n'étant pas missionné pour l'organisation d'événementiel d'autre part, les chapitres « Boutique » et « Organisation d'événementiel » du référentiel qualité ne s'appliquent pas à la structure.

10

Lorient Bretagne Sud Tourisme

2. La politique qualité

a. L'objet de la démarche

- Précisez les objectifs de la politique qualité de la structure. Quel est l'objet de la rédaction du manuel ?
- Déterminez à qui s'adresse le manuel.

“

Les démarches de progrès visent la pérennité de l'Office de Tourisme et de sa destination. Ce sont des démarches d'amélioration continue, prenant en compte l'organisation de la structure, son environnement, sa culture, ses clients, ses opportunités et ses menaces.

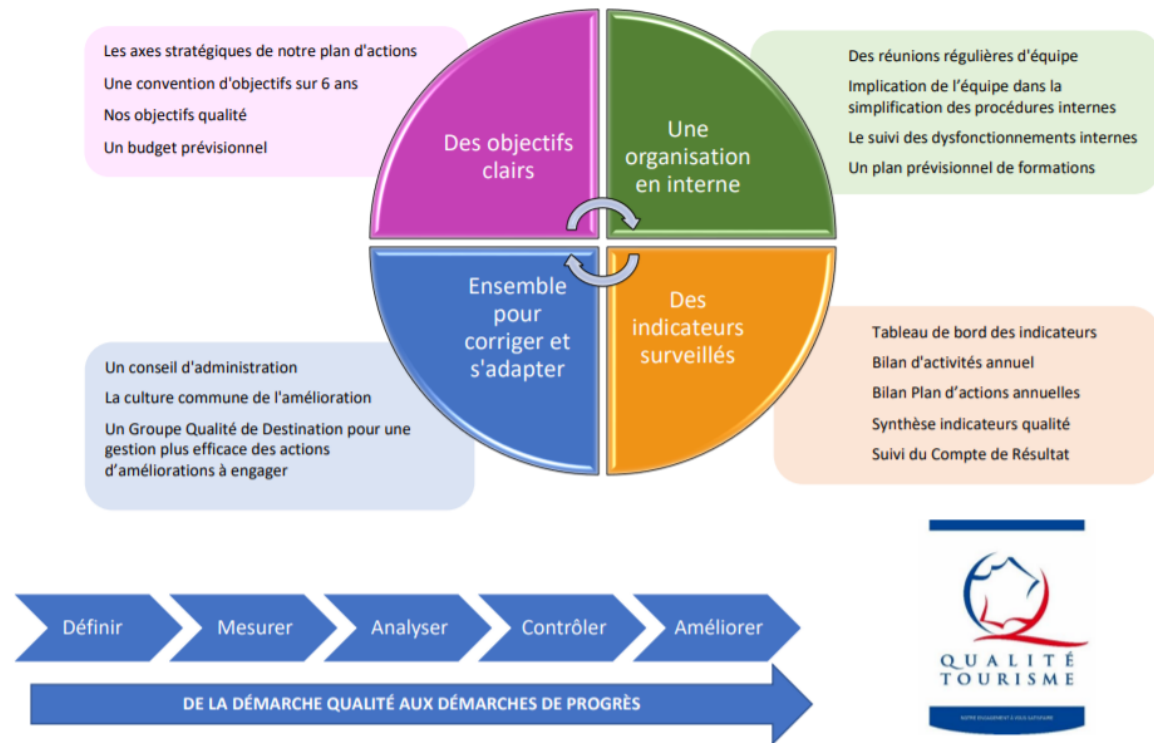
Elles couvrent de nombreux champs tels que le management par la qualité, la prise en compte des différents types de clientèles et ses engagements vis à vis d'elles. L'ensemble de ces démarches de progrès mises en œuvre forme une approche globale permettant de tendre vers l'excellence.

”

Le Président d'Offices de Tourisme de France

Office de Tourisme de Seignosse

Notre Politique Qualité



DA 07 - Politique Qualité de l'OTC / DA 13 - Compte de Résultat-Bilan financier / DA 14 - Budget Prévisionnel

5

Office de Tourisme de Ramatuelle

NOTRE POLITIQUE QUALITÉ

Sous l'impulsion de la direction, L'Office de tourisme et des Congrès du Grand Besançon, classé en catégorie II, depuis le 20 septembre 2018, s'est engagé dans une démarche de Management de la Qualité considérant qu'il s'agit d'une orientation stratégique majeure pour son développement et ses relations clients.

Cette démarche fait suite aux précédentes : Tourisme et Handicap et Qualité Tourisme.

La mise en place et le développement du système de management de la qualité s'est faite selon le référentiel ISO 9001 version 2008 dans le souci constant des dispositions légales et réglementaires en vigueur.

CETTE DÉMARCHE S'ARTICULE AUTOUR DE 3 AXES STRATÉGIQUES DÉFINIS :

- La visibilité et la lisibilité de nos actions vers l'extérieur et auprès de nos partenaires et professionnels.
- La qualité de nos relations avec nos clients : partenaires institutionnels, professionnels du tourisme, touristes et visiteurs
- Les compétences et le professionnalisme de l'équipe.

CES 3 POINTS S'INSCRIVENT :

- Dans une perspective de maîtrise, de fiabilité et de crédibilité des informations communiquées.
 - Dans un souci constant de démontrer notre professionnalisme, notre objectivité, et notre neutralité.
- Nous sommes particulièrement attentifs aux revues

de direction ainsi qu'aux audits internes qui nous permettent d'améliorer en permanence notre système de management de la qualité.

La politique Qualité fédère l'équipe autour d'un projet et lui donne les outils permettant d'assurer ce succès.

Le 18/04/2018
 Didier Sikkink
 Président de l'Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon



Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon | Manuel qualité 2018

Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon

- Quelle est la place de la qualité dans la stratégie du territoire ?



Office de Tourisme de la Baie de Somme

ICI NOUS PROMETTONS

1 à NOS clients
Des moments inoubliables
UN GRAND SOURIRE
ECOUTER ET TENIR COMPTE DES AVIS
L'INFORMATION AU BON ENDROIT AU BON MOMENT

2 à NOTRE équipe
SE FORMER POUR ÊTRE AU TOP
Chacun a son mot à dire
Veiller au bien-être au travail
Échanger et partager

3 à NOTRE territoire
Réfléchir et travailler
ENCOURAGER LA COOPÉRATION AVEC TOUS LES PARTENAIRES
Aider à la décision
Expérimenter et innover

à NOS professionnels
Être disponible et à l'écoute
Mieux vous connaître
Créer ensemble
Bien vous informer

Office de Tourisme de la Baie de Somme

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ

Nos engagements envers les visiteurs

Être à votre service

La priorité de l'office de tourisme est la satisfaction client. De nombreux services ont été mis en place afin de garantir aux visiteurs une expérience optimale.

Les périodes d'ouverture de l'office de tourisme sont adaptées à la fréquentation touristique. Une borne tactile est disponible à l'extérieur de l'OT afin de garantir aux visiteurs un accès permanent à l'information.

L'office de tourisme propose également un accueil dématérialisé via son site Internet www.ot-aiguesmortes.com ; son formulaire de contact info@ot-aiguesmortes.com et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram principalement).

Office de Tourisme d'Aigues-Mortes

2. La politique qualité

b. Les engagements

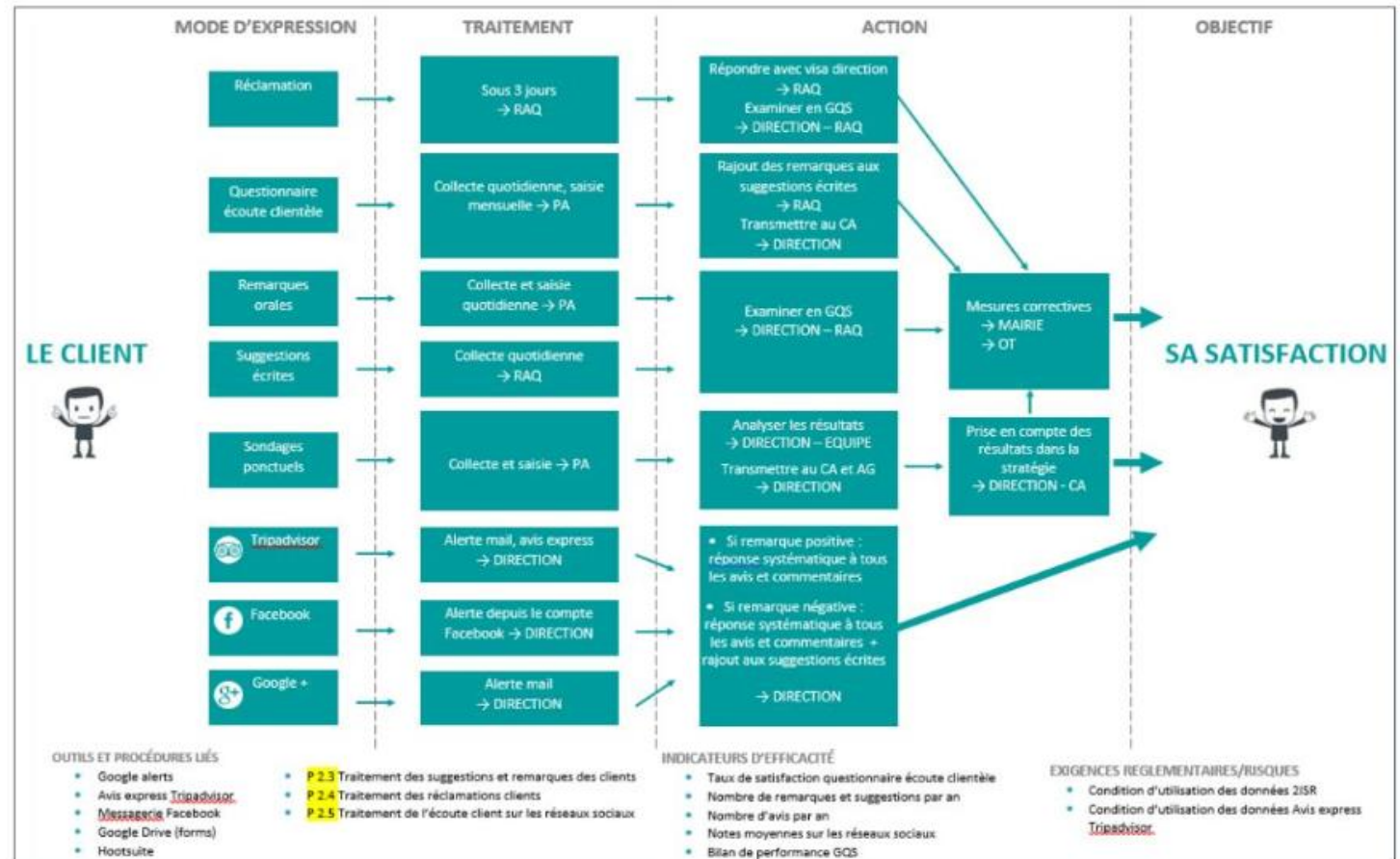
- Ce sont les axes de la politique qualité de l'OT.
- Les engagements permettent de valoriser les savoir-faire des équipes et d'identifier les plus-values de la structure.

3. Les outils de l'écoute-client

Le processus
ECOUTE CLIENT

Pilote : Référent Qualité
(RAQ)

Ce processus met en action la Direction, le référent qualité, le personnel d'accueil, le Conseil d'Administration, le Groupe Qualité Station, la Mairie



Office de Tourisme de Seignosse

- Présentation des outils de mesure de l'écoute-client. Quels sont les process mis en place ?
- Présentation de l'arborescence de gestion des outils.

4. Les indicateurs et la mesure de la qualité

3 VÉRIFIER | VEILLER

Mesurons !

Pour s'assurer de l'adéquation de notre stratégie avec la satisfaction de nos clientèles, de nos actions avec nos prévisions, il est indispensable de vérifier régulièrement notre activité. Le but est de s'assurer que les actions mises en place sont efficaces et atteignent les objectifs définis. À ce jour, quatre types d'outils d'évaluation sont en place.

Des indicateurs d'activité

- Des bilans annuels d'activité
- Des suivis quadrimestriels de l'évolution du budget
- Des reporting mensuels par activité
- Des réunions d'équipe

Des indicateurs de la satisfaction clientèles

- Des entretiens annuels d'évaluation / professionnels
- Un cahier de transmission recense les dysfonctionnements, réclamations, remarques
- Des questionnaires de satisfaction par typologie de clientèles : accueil, commercialisation.

Une observation et veille touristiques

En partenariat avec l'office de tourisme, AUDELOR, agence d'urbanisme et de développement économique, réalise l'observatoire et la veille des activités de la filière touristique sur le territoire du Pays de Lorient (Chiffres clés, bilans de fréquentation, tendances et conjoncture, études, enquêtes...).



Le Groupe Qualité de Destination

Il associe la direction et le référent qualité de l'office de tourisme, des représentants de Lorient Agglomération, du conseil d'administration et des partenaires. Réuni au moins 2 fois par an, il évalue le fonctionnement global du dispositif qualité de l'office de tourisme. Il peut être également amené à travailler sur des projets d'envergure territoriale tels que la qualité de l'accueil ou la définition d'un concept de destination.



18



19

Lorient Bretagne Sud Tourisme

Des indicateurs de la satisfaction clientèles

L'office de tourisme est à l'écoute de ses clientèles et mesure la satisfaction des visiteurs sur les services rendus par l'OT mais aussi sur la destination de manière globale. Toutes les remarques sont prises en compte : écrites et orales.

Des questionnaires de satisfaction en français et en anglais sont en libre-service sur la banque d'accueil. Ces questionnaires sont aussi disponibles sur demande en italien, espagnol et allemand. Leur traitement se fait sous Google Formulaire et les résultats permettent d'identifier les dysfonctionnements ou les points à améliorer concernant les services de l'office de tourisme ainsi que le profil des visiteurs de l'OT. Un questionnaire de satisfaction spécifique est également disponible sur le site internet et joint en signature de chaque courriel.

Les fiches de suggestion et de remarque client sont à disposition des visiteurs sur la banque d'accueil. Elles peuvent concerner les services de l'OT ou un tiers (prestataire, collectivité...). Elles sont traitées par le référent ou le suppléant Qualité et la direction dans les trois jours ouvrables. Une réponse est systématiquement apportée même si aucune solution n'est trouvée.



L'office de tourisme prête une attention particulière à la e-réputation de la destination et assure une veille quotidienne sur les sites d'avis et les réseaux sociaux. Chaque avis est analysé et traité par le référent ou le suppléant Qualité et la direction.

Le Groupe Qualité de Destination

L'analyse de ces différents indicateurs est effectuée par le référent Qualité et une synthèse est présentée au Groupe Qualité de Destination (GQD) au minimum deux fois par an. Ce groupe, constitué du référent Qualité, de la direction, d'élus et de socio-professionnels établit un plan d'actions correctives et/ou préventives portant sur les services de l'OT et la destination. Un suivi des actions réalisées est par la suite effectué. Des réunions supplémentaires peuvent être programmées si nécessaire.



Office de Tourisme d'Aigues-Mortes

- Mesurez la satisfaction (résultats des enquêtes de satisfaction, formulaires de réclamations et de suggestions, bilan des projets aboutis, entretiens individuels, connaissance et perception de l'action, GQD, etc.).



II – Le e-manuel qualité



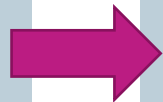
Office de Tourisme et de Commerce d'Evreux

- Conception d'un portail web dédié à la qualité.
- Un format intéressant pour accorder du poids à la qualité.
- Partage de fiches pratiques pour chacune des missions de l'organisation.



Dynamisation du
tissu commercial
Coordination &
Point relais

[En savoir plus >](#)



Guichet commerce

Marie Lecaudé - Philippe Bourdier

La mission commerce consiste à positionner l'OTC comme:

- un guichet unique, facilitateur de démarches pour les porteurs de projet
- un interlocuteur privilégié pour les commerçants, relais auprès des différents services de la collectivité
- un acteur de l'animation du tissu commercial notamment lors des événements locaux
- un accompagnateur au quotidien des unions commerciales dans leur structuration

Guichet Unique

Porteurs de projet

FISAC

- Les fiches pratiques explicitent le quotidien des responsables de la mission en question, de telle sorte à assurer la continuité du service en leur absence.

MANUEL QUALITÉ : OFFICE DE TOURISME DU LÉON

Roscoff, Côte Des Sables, Enclos Paroissiaux



NOS VALEURS...

En 2017, après une concertation auprès de l'ensemble du personnel, d'une partie des élus et des socioprofessionnels de notre destination, notre Office de Tourisme s'est doté d'une feuille de route pour les 3 années à venir s'articulant autour de valeurs essentielles : Accompagnement - Créativité / Respect - Partage / Équilibre - Durable. Ces valeurs, nées de ce travail commun et partagées par tous, ont pour vocation de nous accompagner au quotidien pour la mise en place de nos actions et l'accomplissement de nos missions.

[Lire la suite](#)

ACCUEIL

*Présentation de l'OT
Statuts
Historique
Destination
Accès au territoire
Comité d'Initiatives
Touristiques Locales*

NOTRE OFFICE

*Organisation :
missions en 4 pôles
Siège et BIT
Organigramme
Ressources humaines
Responsabilité en
matière de qualité*

ORGANISATION

*Convention
d'objectifs
de l'OT*

NOS OBJECTIFS

*Engagements envers
les socio-pros,
les réseaux, les visiteurs
et la collectivité
Politique des
partenariats*

CLIENTÈLES

COMMUNICATION

*L'accueil (physique,
téléphonique, mail)
Les outils (Logiciels,
documentation)
La communication papier
La communication interne*

BAROMÈTRE

*Bilan de la fréquentation touristique
Rapports d'activité
Mesure de la satisfaction (dépôt des avis en
ligne, etc.)*



OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME

MANUEL QUALITÉ

-  Webcams
-  Marées
-  Brochures
-  Météo
-  Contact
-  Boutique

Bonjour 🍷 je suis disponible pour vous aider si besoin.



II – Le manuel qualité vidéo



Office de Tourisme de Mougins

Tel notre fil rouge, la « Qualité » se devait d'être désormais présente partout : missions d'accueil et d'information, de communication, de promotion, fonctionnement interne ou encore gestion de la structure...

Un vaste chantier qui a mobilisé toute l'équipe durant plusieurs mois. Au programme : diagnostic des pratiques, rédaction des procédures, formation du personnel, uniformisation des méthodes de travail et du fonctionnement, évaluation de la satisfaction des publics...

- Un support original de présentation de l'OT et de ses activités.
- Un contenu plus « vivant » à diffuser auprès du grand public pour une meilleure compréhension de la démarche qualité.
- Un format qui demande des compétences techniques, du temps.

1. *Présentation de l'OT*
2. *Notre politique qualité*
3. *Nos engagements*
4. *Promotion et communication*
5. *Accueil des visiteurs*



Destination Foix-Ariège-Pyrénées

1. *Présentation de l'OT*
2. *Stratégie (convention d'objectifs et de moyens)*
3. *Accueil/gestion de l'information*
4. *Promotion*
5. *Commercialisation*
6. *Partenaires*
7. *Boutique*

- Un format qui implique et donne la parole à l'ensemble de l'équipe.
- Présentation des engagements, des rôles exercés au sein de la structure.

CONCLUSION

Le manuel qualité permet d'effectuer un diagnostic de la structure

La conception d'un manuel qualité est un projet d'équipe !

Concevez le manuel qualité qui vous ressemble, sans pression !

La qualité est un gain de temps qui permet de mettre de l'ordre

La rédaction d'un manuel est au service de l'amélioration de l'expérience des visiteurs

C'est un outil favorisant le partage de la connaissance

➔ Il existe une source inépuisable d'inspiration pour l'amélioration de la qualité.



The Vessel, New-York

Merci de votre attention



Visitparisregion



VisitParisIdf



VisitParisRegion



VisitParisRegion



巴黎大区旅游



巴黎大区旅游委员会

www.visitparisregion.com