

# Dispositif de visites mystère du CRT Paris Île-de-France

## Bilan de l'année 2021

Musée & Monuments / Offices de Tourisme

# Programme

Résultats globaux – année 2021

Focus Musées et Monuments

*Résultats par séquences*

*Résultats par thèmes*

*Résultats expérience*

Focus Offices de Tourisme

*Résultats par séquences*

*Résultats par thèmes*

*Résultats expérience*

Et en 2022...

Accompagnements personnalisés du pôle Marketing Territorial & Conseils Expérience Visiteur

Les formations 2022

Les Volontaires du Tourisme – année 2022

# Bilan d'une première année



# smice

Le Mystery Shopping réinventé

Un nouveau prestataire

Des grilles de critères alliant  
expérience et conformité



## 2021 en chiffres

**241** visites mystère entre mai et décembre

**47** structures concernées

**168** visites en français

**32** musées et monuments

**73** visites en anglais

**15** offices de tourisme (26 lieux d'accueil)

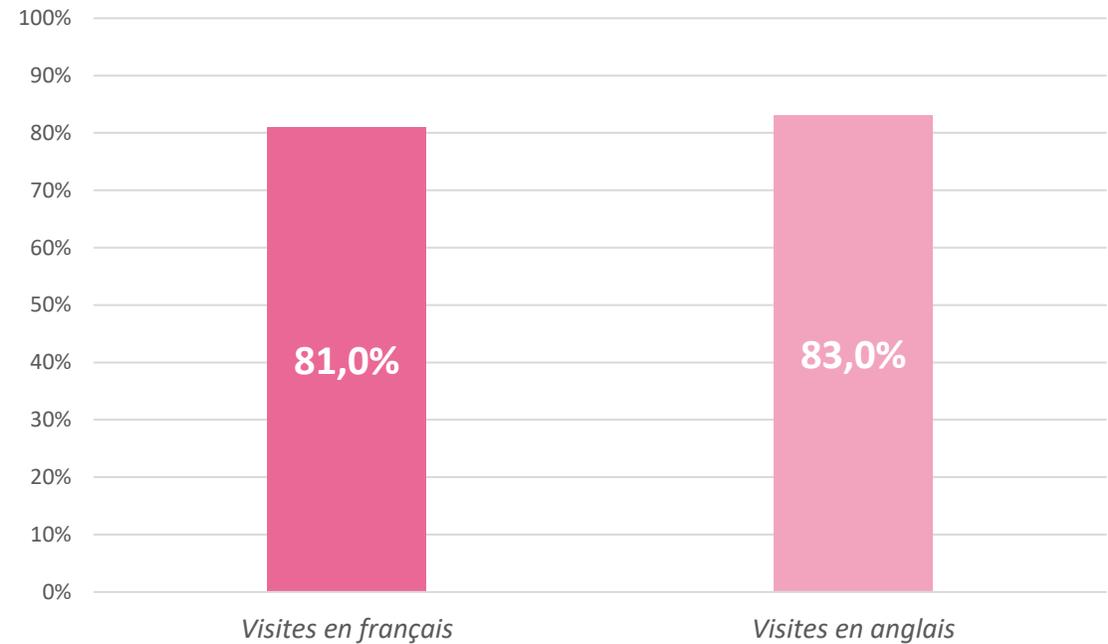
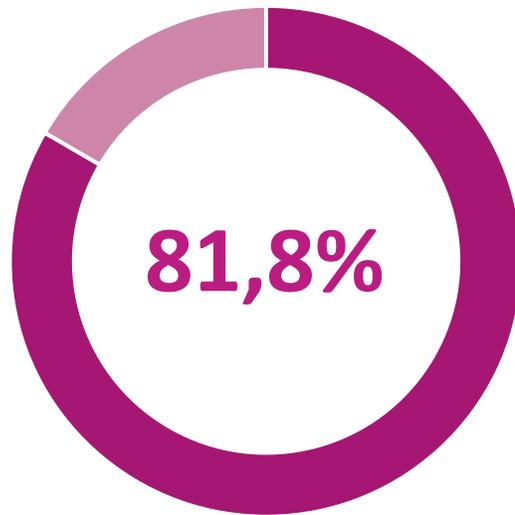
# Résultats globaux – année 2021

Mercredi 16 février 2022 – DISPOSITIF DE VISITES MYSTERE – BILAN ANNEE 2021

# Rappels méthodologiques

- Chaque critère appartient à une séquence (une étape du parcours client).  
Exemple : prise de congé
- La plupart des critères appartiennent également à un thème (regroupement transversal de critères sur une même thématique).  
Exemple : savoir faire métier
- Il a été décidé, pour chaque séquence, d'avoir des critères « conformité » et des critères « expérience ».
- Les critères « conformité » sont évalués de façon objective, réponse en « oui » ou « non ». Une réponse « oui » donne 100% et une réponse « non » donne 0%.
- Les critères « expérience » sont plus subjectifs et sont évalués avec des niveaux de réponse supplémentaires pour apporter plus de nuance. Les réponses à ces critères sont systématiquement justifiées par un verbatim.
- Tous les critères, conformité et expérience, sont pondérés 1
- Les scores présentés dans cette synthèse sont la moyenne des réponses aux critères qui les composent.

# Musées et monuments – scores globaux 2021

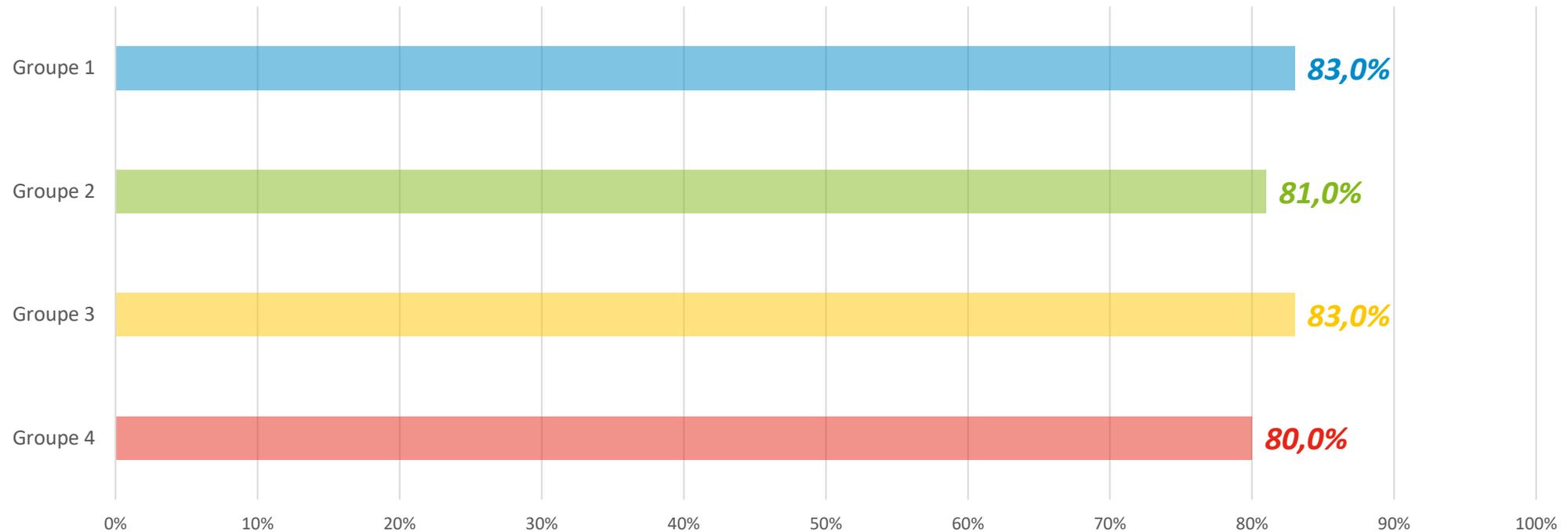


## Comment lire ce score ?

Le score global de l'année 2021 est de 81,8%. Cela signifie qu'en moyenne, les musées sont à 81,8% de conformité par rapport au référentiel.

# Musées et monuments – scores globaux 2021

## Par groupes



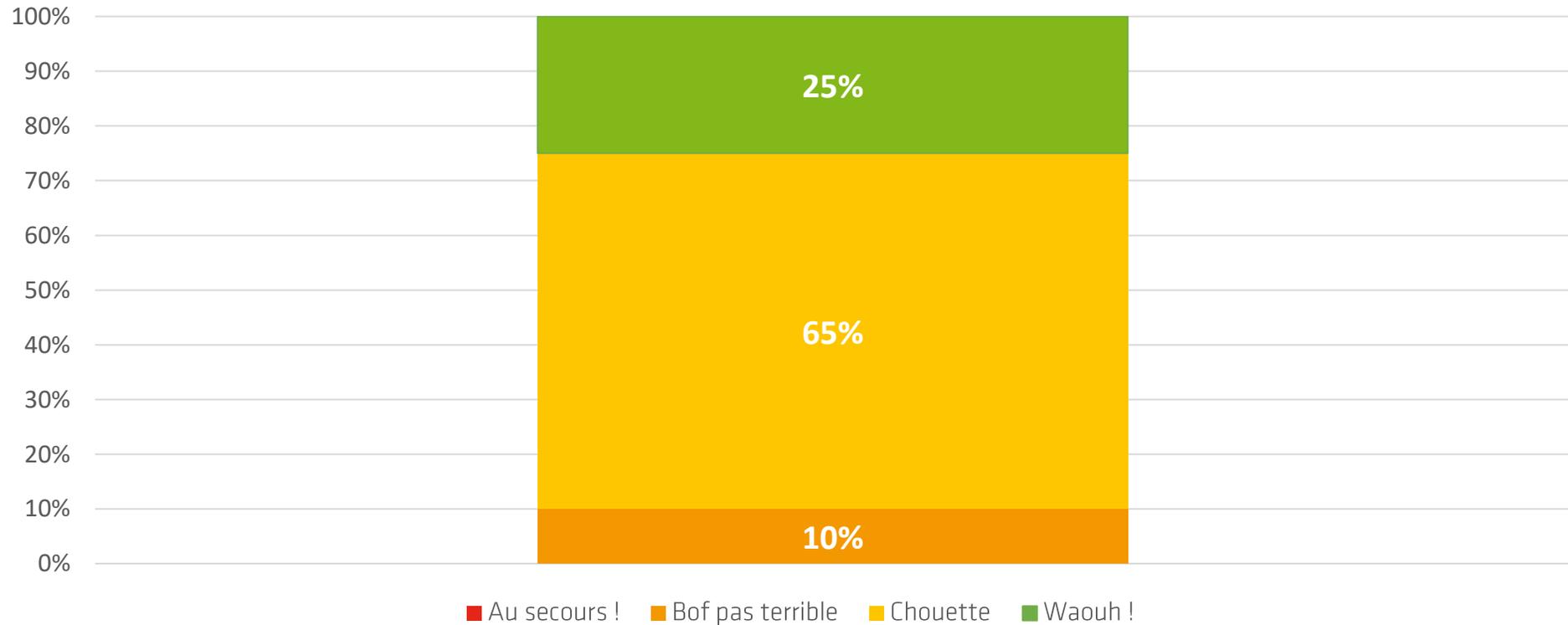
### Comment lire ce score ?

Le score global de l'année 2021 pour le groupe 1 est de 83%. Cela signifie qu'en moyenne, les sites du groupe 1 sont à 83% de conformité par rapport au référentiel.

# Musées et monuments – Vécu émotionnel global 2021



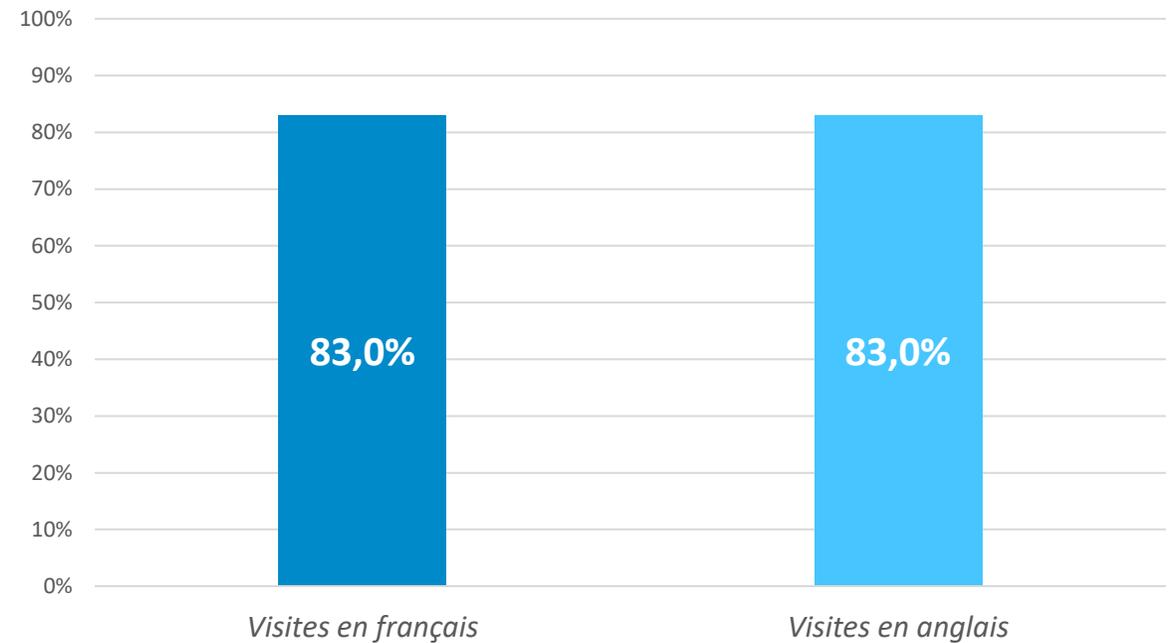
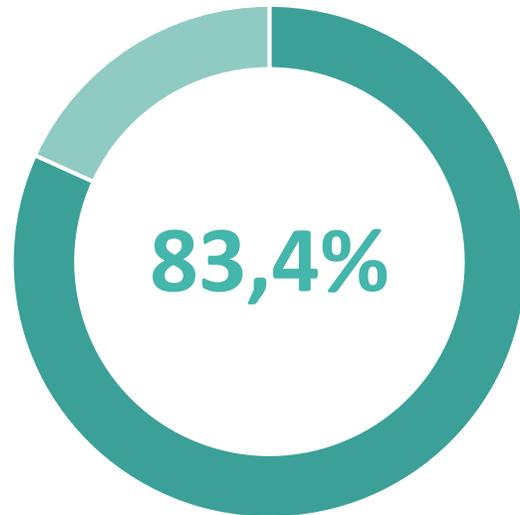
Quel est votre vécu émotionnel par rapport à l'ensemble de votre visite ?



Comment lire ce score ?

Sur l'ensemble des visites ayant eu lieu en 2021, 25% des Smiceurs ont répondu « Waouh ! » à la question sur le vécu émotionnel lors de la visite.

# Offices de Tourisme – scores globaux 2021



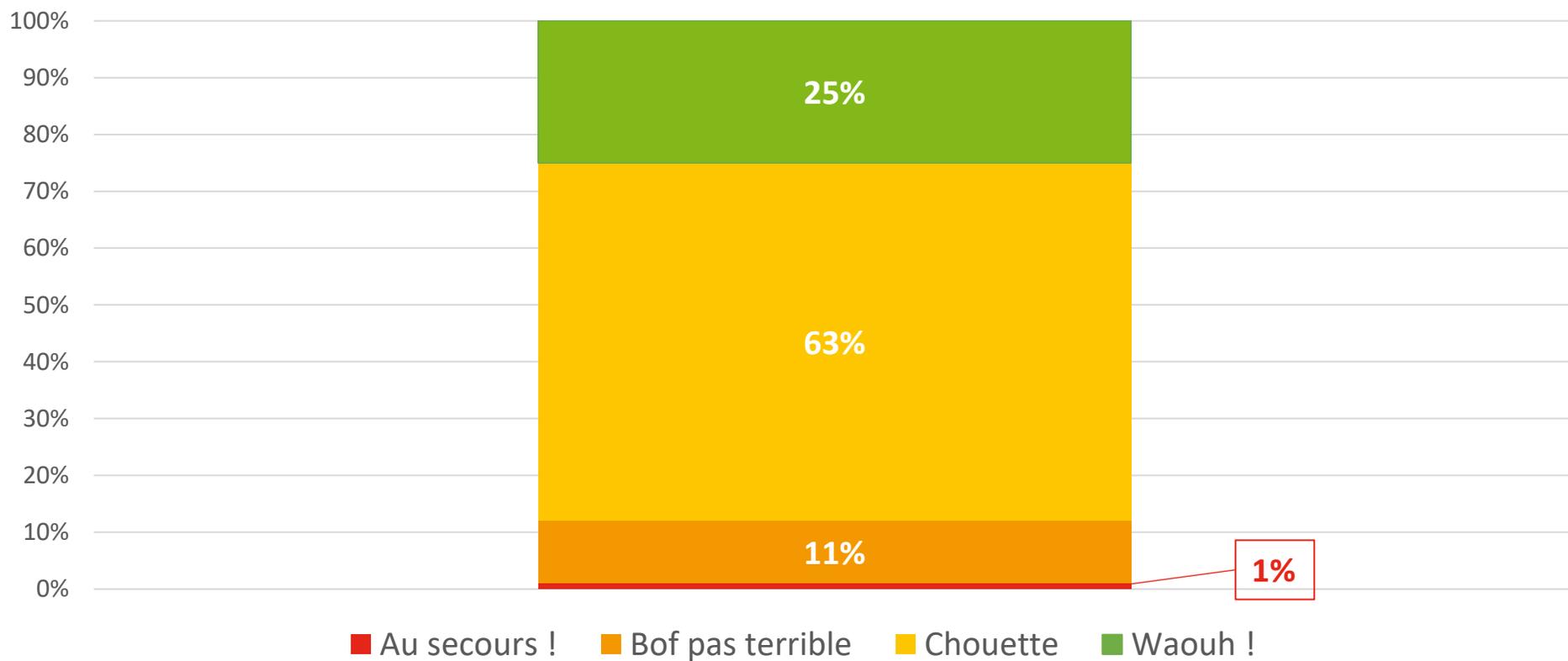
Comment lire ce score ?

Le score global de l'année 2021 est de 83,4%. Cela signifie qu'en moyenne, les OT sont à 83,4% de conformité par rapport au référentiel.

# Offices de Tourisme – Vécu émotionnel global 2021



Quel est votre vécu émotionnel par rapport à l'ensemble de votre visite ?



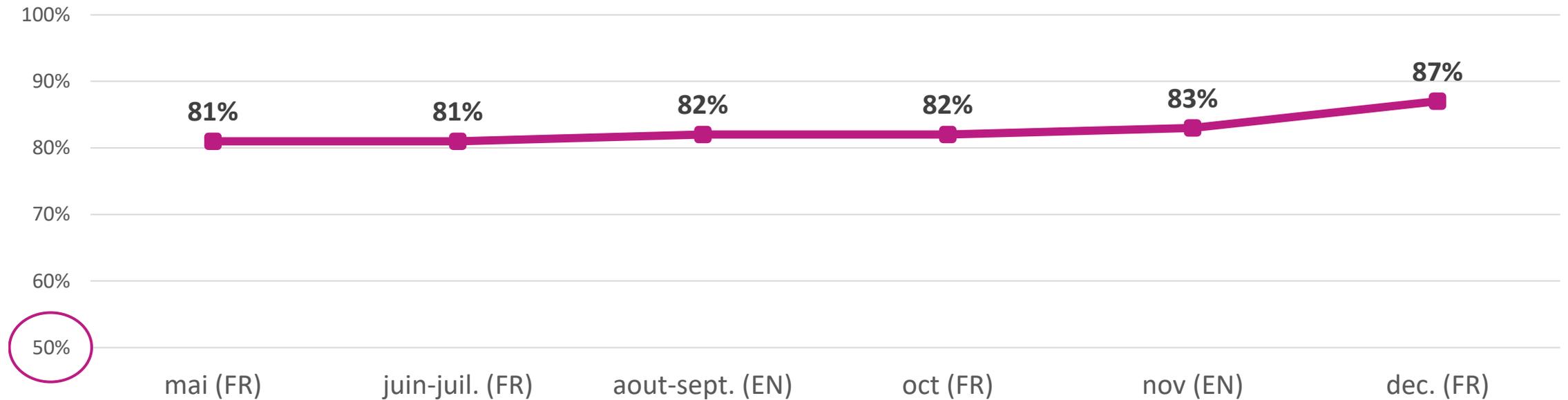
Comment lire ce score ?

Sur l'ensemble des visites ayant eu lieu en 2021, 25% des Smiceurs ont répondu « Waouh ! » à la question sur le vécu émotionnel lors de la visite.

# Focus Musées et Monuments

Mercredi 16 février 2022 – DISPOSITIF DE VISITES MYSTERE – BILAN ANNEE 2021

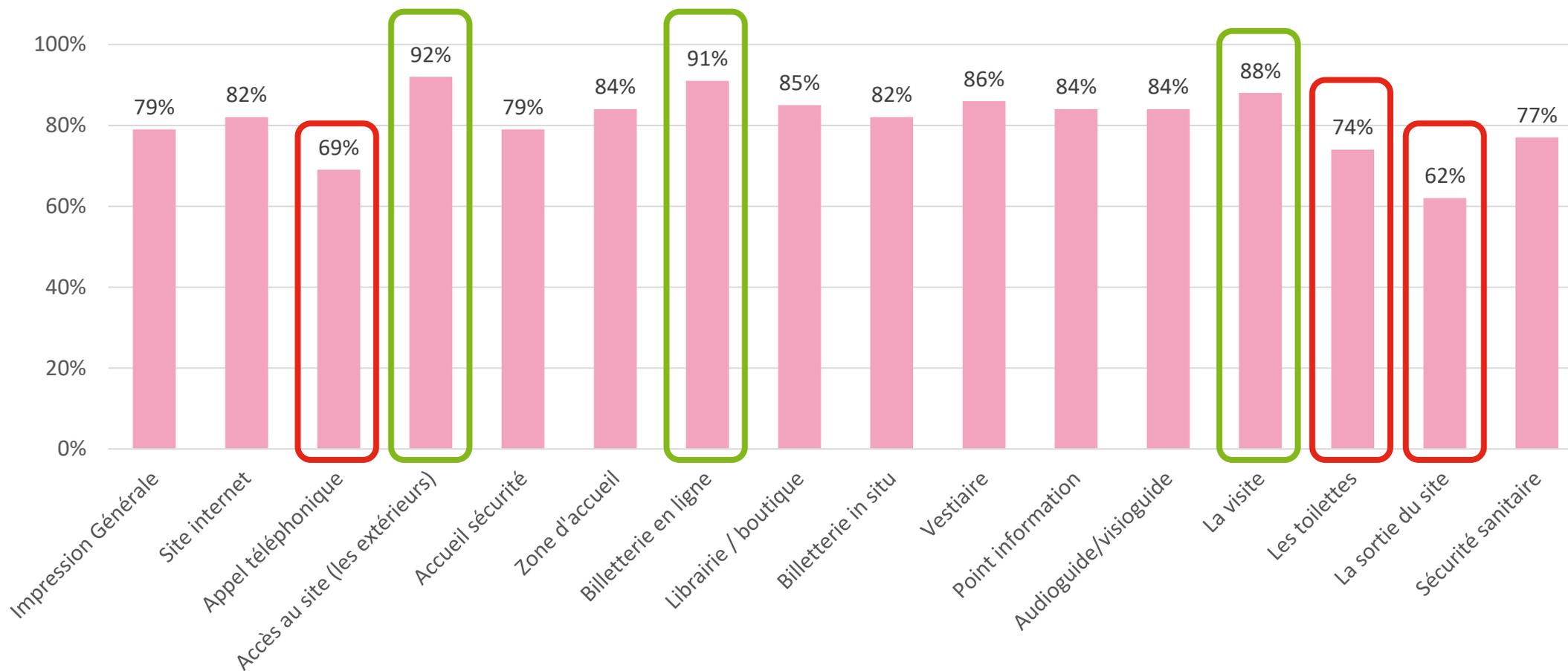
# Musées et monuments – Evolution par vague en 2021



Comment lire ce score ?

Le score global de la vague de mai 2021 est de 81%. Cela signifie qu'en moyenne, les musées sont à 81% de conformité par rapport au référentiel.

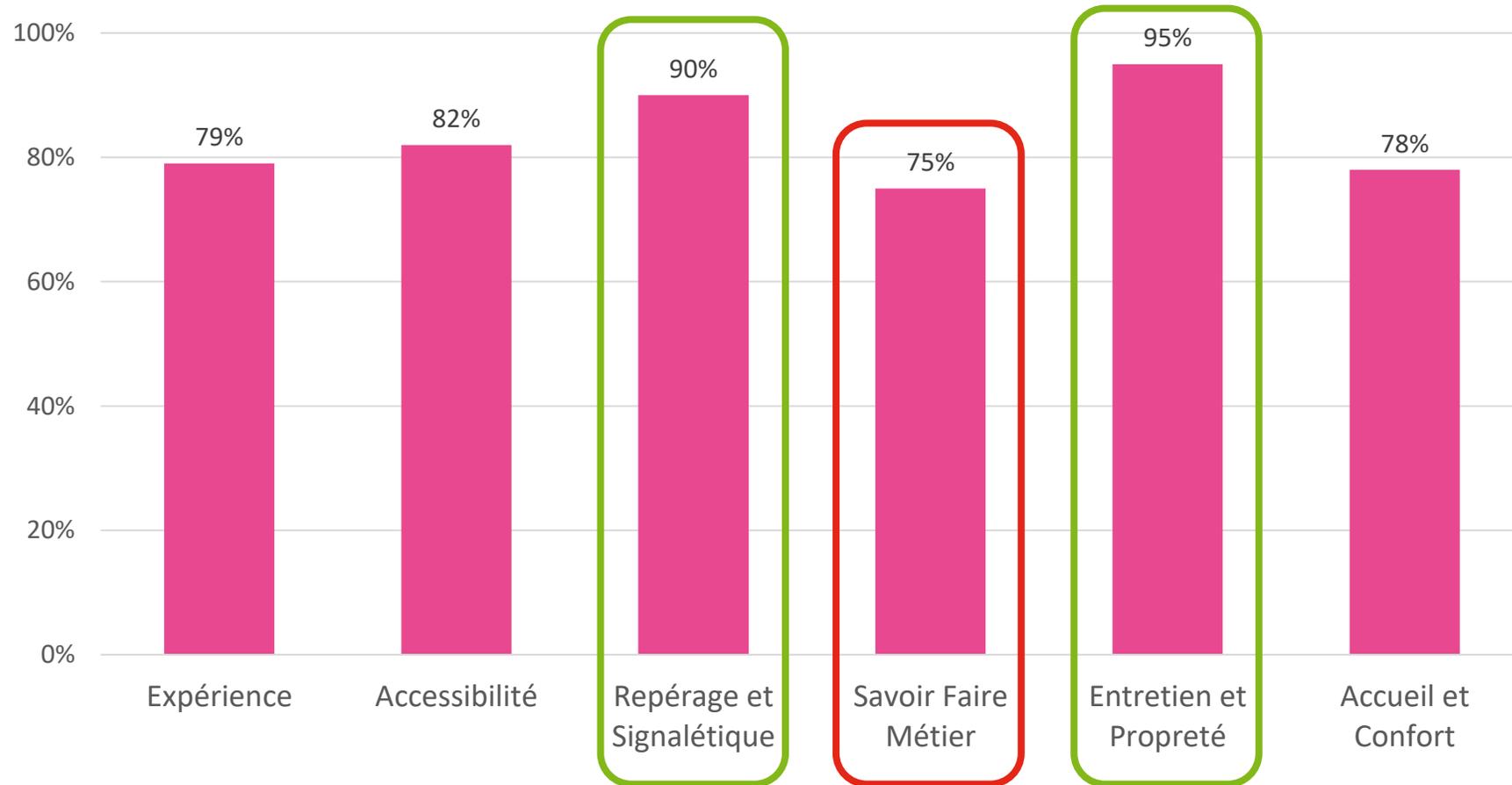
# Musées et monuments – Résultats par séquences du parcours visiteur – 2021



## Comment lire ce score ?

Le score de la séquence « site internet » pour l'année 2021 est de 79%, ce qui signifie 79% de conformité sur les critères qui composent la séquence.

# Musées et monuments – Résultats par thèmes – 2021



Comment lire ce score ?

Le score du thème «Accessibilité» pour l'année 2021 est de 82%, ce qui signifie 82% de conformité sur les critères qui composent le thème.

# Musées et monuments – Des critères à faire progresser

Séquence sortie du site

Savoir Faire Métier

Le visiteur est informé qu'il y a la possibilité de laisser son avis

35%

Séquence Toilettes

Accueil et Confort

Il y a une table à langer dans les toilettes

46%

Séquence site internet

Accessibilité

Le site internet est entièrement traduit en anglais

49%

Séquence Accueil téléphonique

Savoir Faire Métier

Le conseiller s'assure avant de conclure l'entretien qu'il a bien répondu à toutes vos attentes

51%

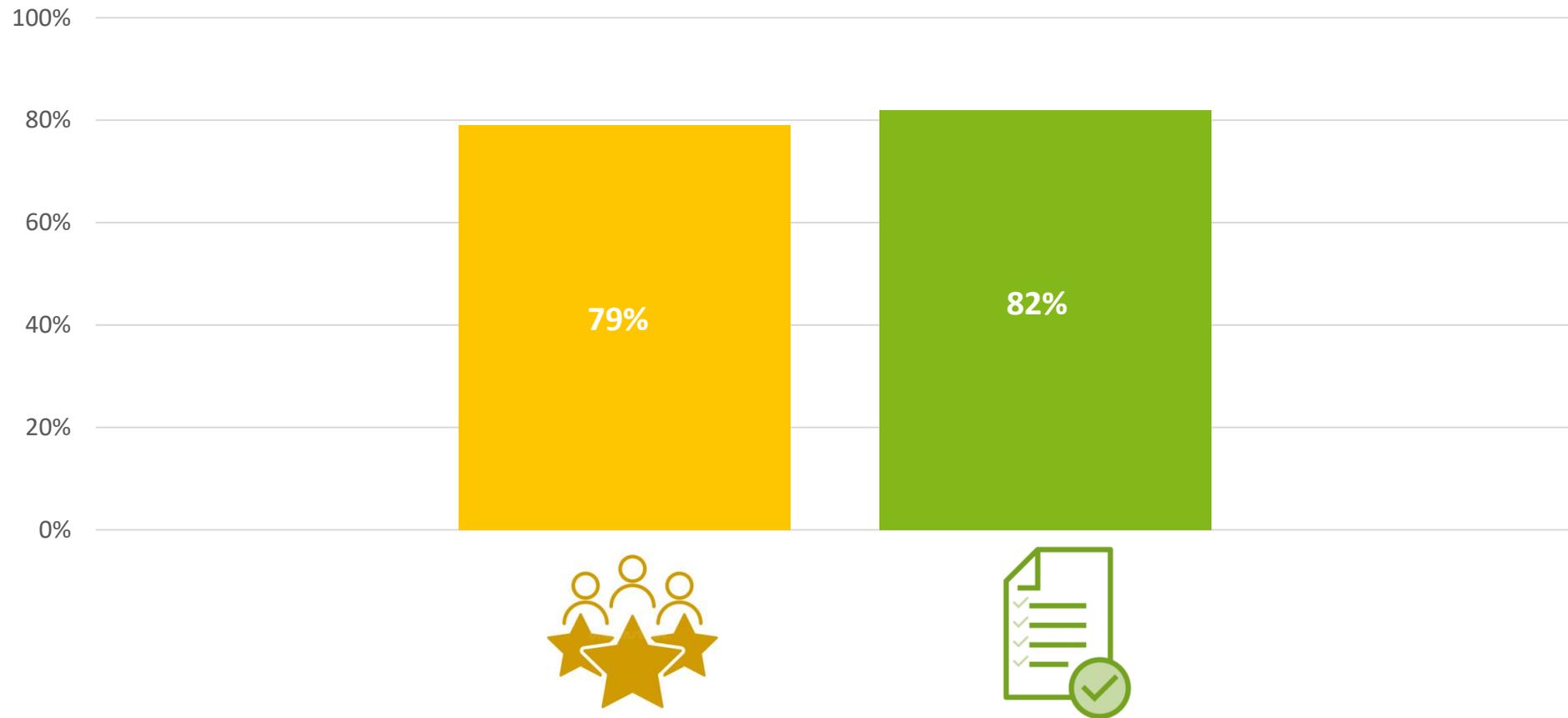
Séquence sortie du site

Savoir Faire Métier

On vous dit « au revoir »

51%

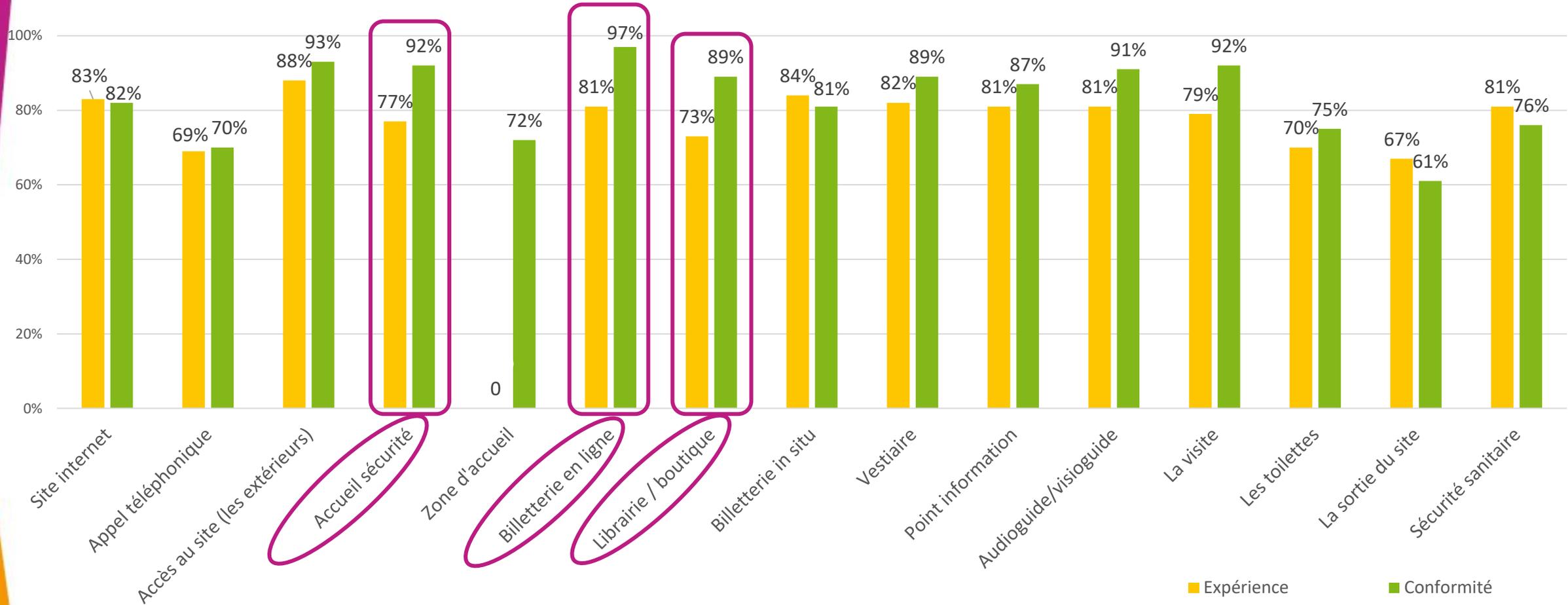
# Musées et monuments – Expérience et conformité



## Comment lire ce score ?

Le score expérience de l'année 2021 est de 79%. Ce qui signifie que les musées sont à 79% de satisfaction en moyenne par rapport aux critères « expérience » du référentiel. Le score conformité de l'année 2021 est de 82%. Ce qui signifie que les musées sont à 82% de conformité en moyenne par rapport aux critères « conformité » du référentiel.

# Musées et monuments – Expérience et conformité – vision par séquences





## Musées et monuments – Paroles de visiteurs Des visites très réussies

« Nous avons beaucoup apprécié la visite. **Tout est fait pour intéresser le public du plus jeune au plus âgé.** Même mon fils de 7 ans, qui d'ordinaire est compliqué à contenter, a vraiment beaucoup apprécié. Pour ma part, qu'il s'agisse de l'appel téléphonique, où les gens que j'ai eu en ligne étaient très polis, agréables et aimables, du site internet qui était complet et explicite et enfin de la visite en elle-même : **tout était parfait.** »

« C'est **une jolie découverte** pour moi. Le bâtiment est simplement magnifique, les salles sont grandes et lumineuses. Il n'y a presque personne et **je me sens privilégiée de pouvoir découvrir un endroit aussi emblématique** sans avoir à subir une longue file d'attente. La collection est variée et très intéressante. Je suis contente de retrouver les œuvres des artistes qui ont marqué l'art. »

« J'ai apprécié chaque étape de cette mission. La réservation de la place s'est déroulée sans rencontrer de problème, **la visite était fabuleuse,** l'affluence était parfaite pour profiter des œuvres. »

« (...) Suite à ma visite du musée, j'ai été **particulièrement touchée et intéressée par la richesse des collections, leur qualité, leur présentation et les messages véhiculés.** Les sujets abordés étaient très intéressants et d'actualité avec une très belle exposition. »

« C'est **une visite très intéressante que j'avais faite il y a plus de 20 ans !** J'ai apprécié l'ergonomie du site internet, la disponibilité de la personne au téléphone et l'amabilité des personnes sur place. »



## Musées et monuments – Paroles de visiteurs Des visites un peu plus décevantes

« Je suis un peu déçue de voir que le monument est en travaux pour préparer une installation. J'ai la sensation de ne pouvoir profiter du monument dans toute sa splendeur. Le site internet est un peu "fouillis", je trouve. »

« J'ai été extrêmement déçue par ma visite. J'imaginai un accès facile avec le fauteuil, je pensais être transportée dans une autre époque. Malheureusement, cela n'a pas été le cas et je n'ai pas trouvé la visite agréable. »

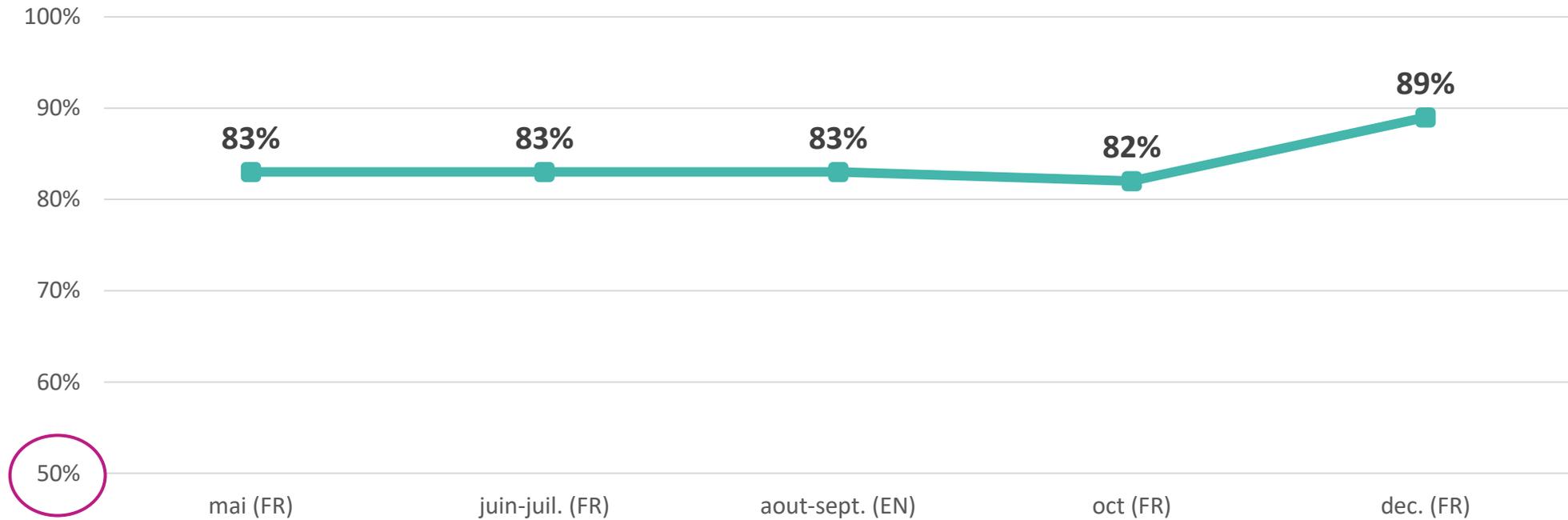
« Cela m'ennuie considérablement de mettre "bof, pas terrible" alors que le musée est magnifique, mais j'ai tellement été abasourdi par la signalisation pas très claire, et le manque d'aide pour se repérer dans le musée que j'ai perdu beaucoup de temps et d'énergie à tourner en rond, à repasser de long en large dans certaines salles, à monter, descendre et remonter des escaliers.... Cela a fini par m'agacer quelque peu et j'avais hâte de sortir. Cela explique pourquoi je ne peux pas mettre "Chouette" pour évaluer cette visite, même si de manière objective elle m'a plu. »

« Lorsque nous visitons un monument, nous recherchons le côté historique. Dans le cas de ce monument, c'est plus le côté aménagement et art qui est mis en avant et ce n'est pas vraiment notre truc. Nous adultes, nous n'avons pas vraiment apprécié et les enfants se sont ennuyés. »

# Focus Offices de Tourisme

Mercredi 16 février 2022 – DISPOSITIF DE VISITES MYSTERE – BILAN ANNEE 2021

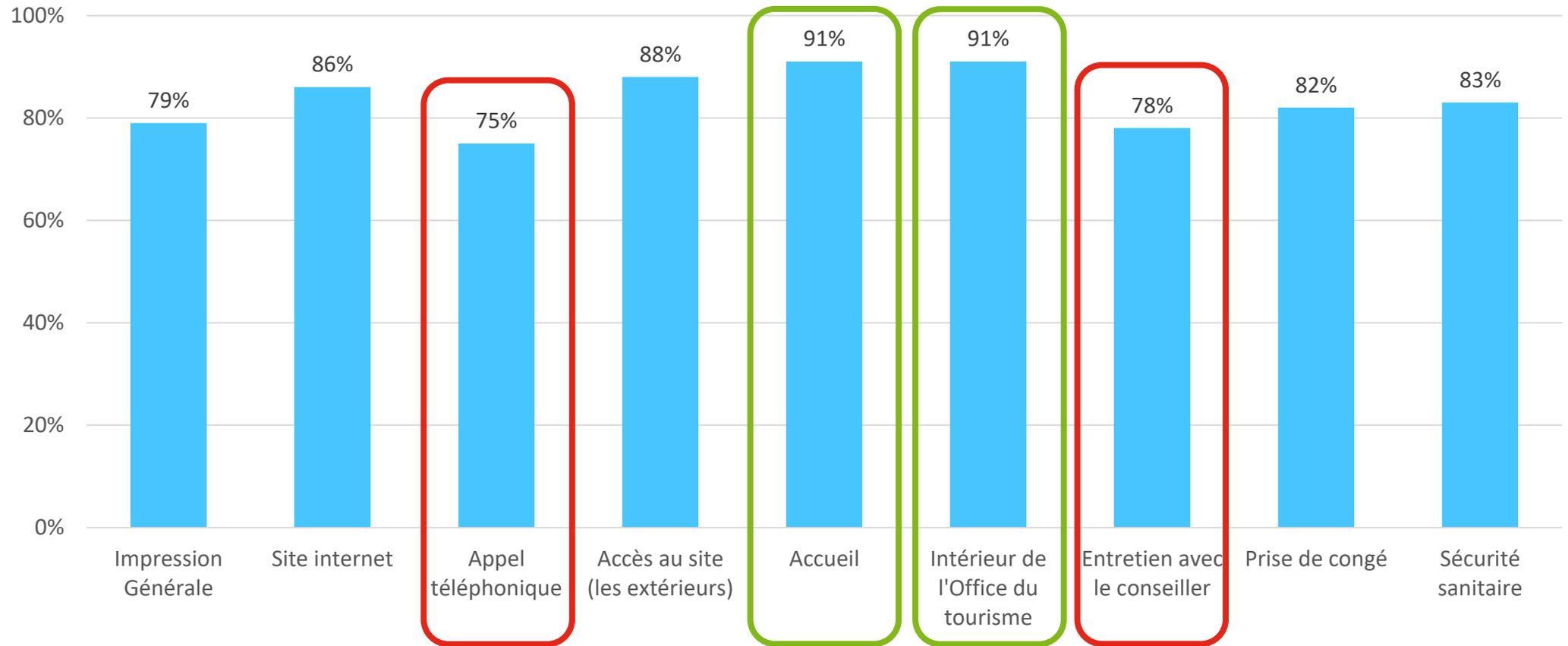
# Offices de Tourisme – Evolution par vague en 2021



Comment lire ce score ?

Le score global de la vague de mai 2021 est de 83%. Cela signifie qu'en moyenne, les musées sont à 83% de conformité par rapport au référentiel.

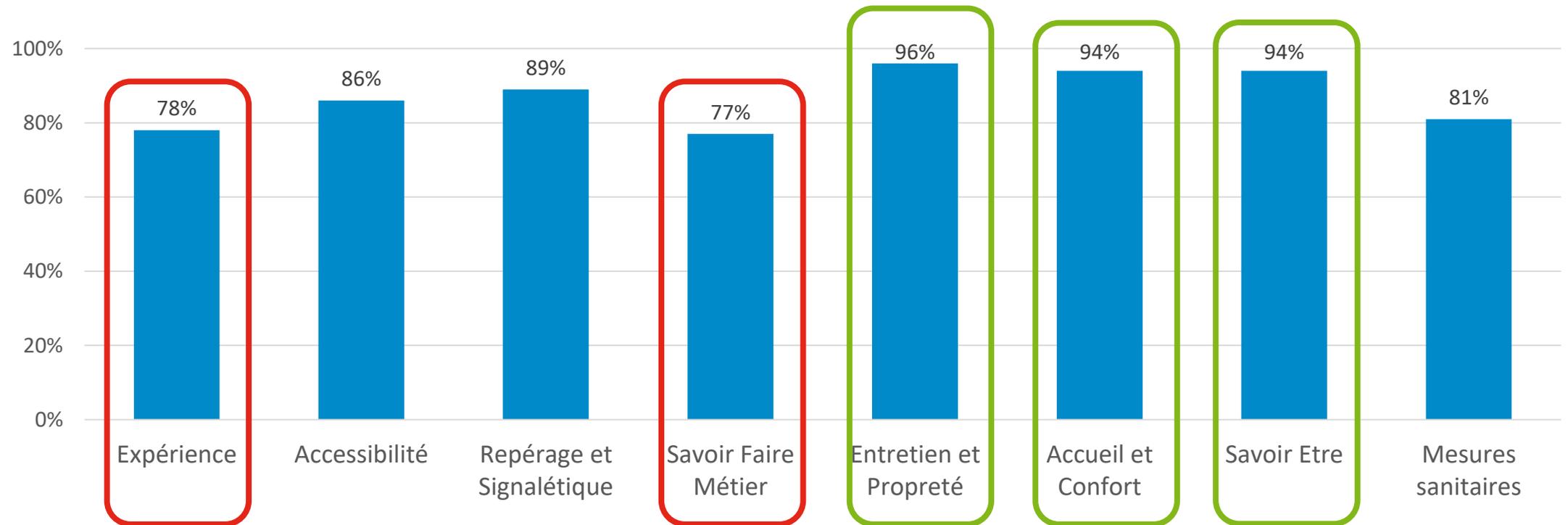
# Offices de Tourisme – Résultats par séquences du parcours visiteur – 2021



Comment lire ce score ?

Le score de la séquence « site internet » pour l'année 2021 est de 86%, ce qui signifie 86% de conformité sur les critères qui composent la séquence.

# Offices de Tourisme – Résultats par thèmes – 2021



## Comment lire ce score ?

Le score du thème «Accessibilité» pour l'année 2021 est de 86%, ce qui signifie 86% de conformité sur les critères qui composent le thème.

# Offices de Tourisme – Des critères à faire progresser

*Séquence Entretien avec le conseiller*

Repérage et Signalétique

Les langues pratiquées par le conseiller sont clairement visibles sur son badge

44%

*Séquence Sécurité sanitaire*

Mesures sanitaires

Le sens de circulation est matérialisé par un marquage au sol

50%

*Séquence Appel téléphonique*

Savoir Faire Métier

Le conseiller en séjour reformule votre demande pour s'assurer qu'il l'a bien comprise

61%

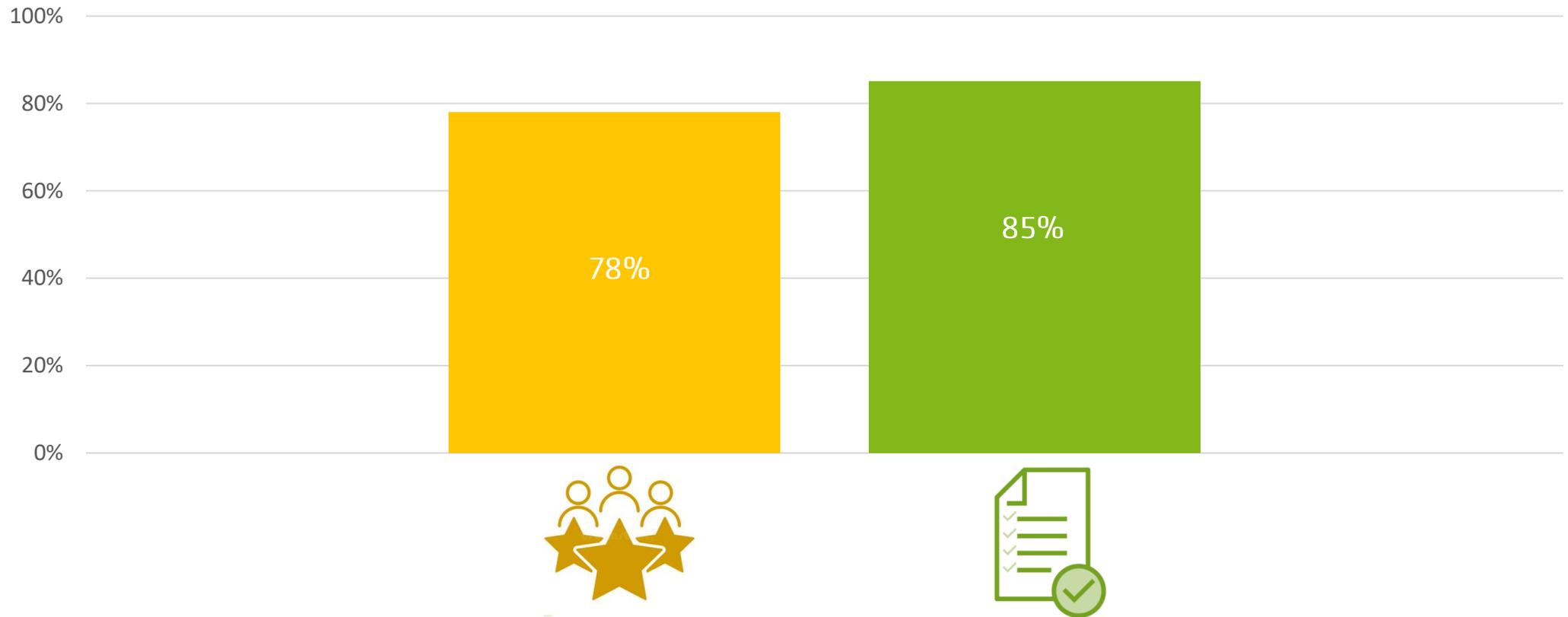
*Séquence Entretien avec le conseiller*

Savoir Faire Métier

Le conseiller en séjour reformule votre demande pour s'assurer qu'il l'a bien comprise

66%

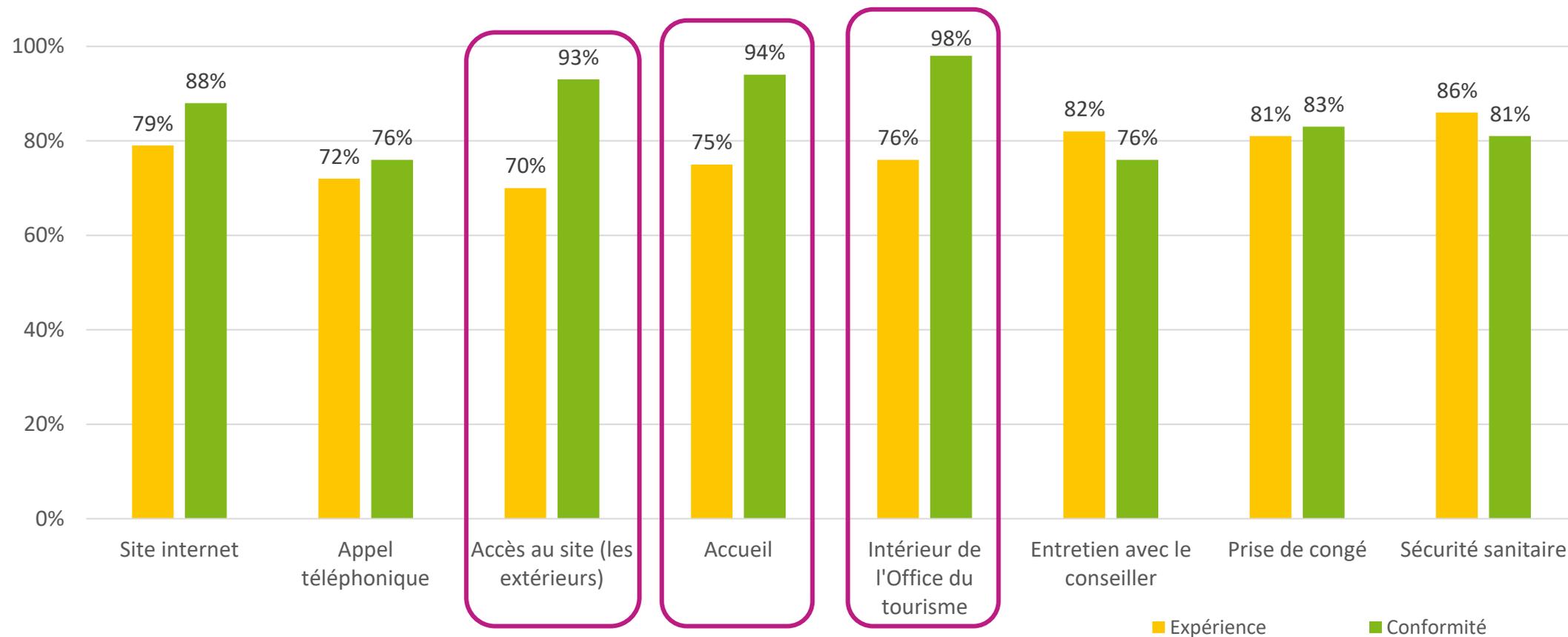
# Offices de Tourisme – Expérience et conformité



## Comment lire ce score ?

Le score expérience de l'année 2021 est de 78%. Ce qui signifie que les offices de tourisme sont à 78% de satisfaction en moyenne par rapport aux critères « expérience » du référentiel. Le score conformité de l'année 2021 est de 85%. Ce qui signifie que les offices de tourisme sont à 85% de conformité en moyenne par rapport aux critères « conformité » du référentiel.

# Offices de Tourisme – Expérience et conformité – vision par séquences





## Offices de Tourisme – Paroles de visiteurs

### Des visites très réussies

« L'endroit est très agréable et joli. L'ambiance est tranquille et **je suis contente de pouvoir découvrir un nouveau lieu en île de France** avec une offre culturelle et nature. »

« Que ce soit via internet, par téléphone ou à l'occasion de la visite sur place, cet office de tourisme s'avère très professionnel et **sait mettre en valeur la richesse de son territoire**. Lors de l'appel et la visite sur place, je ressens que l'agent cherche à me proposer ce qui est **le plus adapté à ma situation**, plutôt que de se cantonner à présenter, pour la énième fois, les parcours habituels... »

« Aussi bien par téléphone que sur place, cela a été une **belle découverte de personnes dévouées, soucieuses de rendre service**, de donner envie de venir se renseigner. **De beaux échanges. Merci !** Un bémol pour le ton monocorde de l'agent qui m'a renseignée par téléphone. »

« **Je ne pensais pas, avant de faire cette visite, redécouvrir ainsi ma ville** et son territoire. Que ce soit au téléphone ou en face à face, la conseillère est dynamique et enthousiaste. Elle connaît son sujet et **elle sait aller au-delà de nos demandes pour suggérer, même à des habitants de longue date, de nouvelles découvertes**. »

« **C'était un vrai régal !** Par le passé, j'ai toujours associé les offices de tourisme avec quelque chose d'ennuyeux. Pour la première fois, j'ai vraiment pris du plaisir et je suis repartie avec plein d'informations et de découvertes (lieux, événements...). (...) J'ai du rester bien 15 minutes à écouter mon interlocuteur qui été agréable et dans un partage d'information. **Cela m'a donné envie de tout visiter (...)**. »



## Offices de Tourisme – Paroles de visiteurs Des visites un peu plus décevantes

« J'ai vraiment été défavorablement surprise de l'accueil du conseiller. J'ai trouvé cela dommage car les informations recueillies préalablement sur le site internet et l'échange téléphonique reçu m'avaient laissé envisager beaucoup de possibilités de recommandations. Dommage qu'il m'ait fourni des renseignements très basiques malgré mes tentatives pour le faire parler davantage. »

« La personne qui me reçoit parle assez mal anglais et expédie l'entretien. Je ne me sens ni attendu ni désiré, donc la sensation n'est pas agréable. »

« Lors du passage sur place à l'office de tourisme, l'accueil manque clairement de chaleur humaine et les recommandations de visites ne sont pas toutes cohérentes par rapport à ma demande ni vraiment maîtrisées par l'agent qui me renseigne. Le site internet est très bien fait, mais il n'est pas disponible en anglais. L'appel téléphonique s'est bien déroulé. »

« (...) Quand j'ai expliqué que je cherchais des idées de sorties et activités pour un week-end en famille à XX avec deux enfants de 6 et 10 ans, j'ai dû répéter 4 fois au cours de l'échange l'âge des enfants car mon interlocuteur avait oublié ce que je lui avais dit. »

# A retenir



- Un score global 2021 : **83,4%**  
Pas de différence notable entre l'expérience vécue en français et en anglais
- Une différence de **37 points** entre le meilleur site et le moins bon site.
- **Les points faibles** du parcours client se situent au niveau de l'appel téléphonique et de l'entretien avec le conseiller.  
L'accès au site, sa signalisation et la possibilité de se garer à proximité sont des points qui pourraient être améliorés.
- Le savoir-être des conseillers est **un vrai point fort** !  
Une attitude engageante, une disponibilité totale lors de l'entretien et une prise de congé chaleureuse sont unanimement reconnues.
- Le **vécu émotionnel** au global de la visite est bon !  
Puisque 88% des smiceurs l'évaluent positivement.



- Un score global 2021 : **81,8%**  
Pas de différence notable entre l'expérience vécue en français et en anglais
- Une différence de **17 points** entre le meilleur site et le moins bon site.
- **Les points faibles** du parcours client se situent au niveau de l'appel téléphonique, des toilettes et de la sortie du site.
- L'accès au site et la visite en elle-même constituent **les points forts** du parcours
- Le **vécu émotionnel** au global de la visite est bon. Puisque 90% des Smiceurs l'évaluent positivement.

Et en 2022...

## La grille de critères des musées et monuments évolue

Ajout d'une séquence concernant les espaces extérieurs ouverts à la visite (parcs ou jardins)

### Critère d'expérience

Qu'est-ce qui a marqué positivement et négativement votre passage par les espaces extérieurs du site?

### Critères de conformité

- Les espaces extérieurs sont entretenus
- Les espaces extérieurs sont propres
- La signalétique est claire et compréhensible
- Il y a des zones d'assises

## Ils nous rejoignent en 2022

Office de Tourisme de Melun Val de Seine

Musée Grévin

Musée de Cluny – Musée national du Moyen-Age

## Visites mystère complémentaires

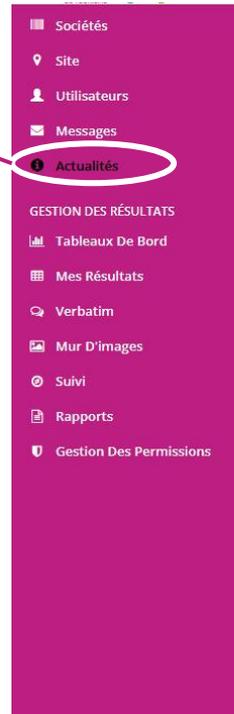
Nous faire la demande avant le **VENDREDI 29 AVRIL**  
Contact: Gwenn Jully, [gjully@visitparisregion.com](mailto:gjully@visitparisregion.com)

Même grille de critères  
Choix des langues de visite (FR / EN)

# Des actualités sur la plateforme

Nouvel onglet :  
« Actualités »

Le CRT y publiera  
régulièrement des  
informations :  
formations à venir,  
accompagnements,  
événements, ...



14/02/2022  
VISITPARIS  
REGION  Le site officiel de la destination  
Paris Île-de-France



## Bilan de l'année 2021

🕒 14/02/2022

Merci à celles et ceux d'entre vous qui étaient présent.e.s le  
16/02 pour un échange autour du bilan de l'année 2021.  
Vous pourrez retrouver ici ...



## Le programme de formation du CRT est en ligne!

🕒 13/02/2022

Un programme de formations pour optimiser l'accueil de  
vos visiteurs et la qualité de vos prestations touristiques à  
Paris Île-de-France. Consultez le programme 2022 et ...

Le CRT met en place les ressources, les outils,  
l'accompagnement et le réseau permettant  
aux professionnels du tourisme francilien de  
développer et de distribuer une offre  
qualitative, innovante et adaptée.

# Les accompagnements personnalisés du pôle Marketing Territorial & Conseils Expérience Visiteur

Mercredi 16 février 2022 - DISPOSITIF DE VISITES MYSTERE - BILAN ANNEE 2021

# Accompagnements sur les visites mystère

## Bilan personnalisé des visites mystère

- Un **débriefing personnalisé à la demande**.
- Débriefing proposé par les équipes du CRT.
- Présentation de **vos résultats propres et d'un comparatif** ; en raison du changement de méthode, la comparaison avec les résultats des années précédentes ne sera pas possible.
- Présentation aux équipes ou personnes de votre choix.
- Demande directe à [qualite@visitparisregion.com](mailto:qualite@visitparisregion.com)

## Des groupes de travail

- Le CRT propose la **création de groupes de travail**.
- **Regrouper des sites rencontrant les mêmes problématiques** : même typologie de visiteurs, taille, nombre de visiteurs, type de site,...
- Accepter de **partager ses résultats**.
- **Travail en réseau** pour l'amélioration continue de la qualité des prestations.
- Vos propositions, vos demandes: [qualite@visitparisregion.com](mailto:qualite@visitparisregion.com)

# Autres accompagnements du pôle Marketing Territorial & Conseils Expérience Visiteur

## Accompagnements sur les labels/marques

Les équipes du pôle Marketing Territorial & Conseils Expérience Visiteur se mobilisent pour vous accompagner :

### Marque Tourisme & Handicaps



- Présence du CRT au salon Autonomic et diffusion de la documentation des partenaires
- Accompagnements personnalisés : animation de sessions de sensibilisation auprès des équipes, suivi de la mise en accessibilité, ...
- Contact : [accessibilite@visitparisregion.com](mailto:accessibilite@visitparisregion.com)

### Marque Qualité Tourisme



- Le CRT accompagne les Offices de Tourisme qui souhaitent obtenir la marque Qualité Tourisme
- Contact : [ot@visitparisregion.com](mailto:ot@visitparisregion.com)

## Fonds Régional pour le Tourisme

Des **subventions régionales jusqu'à 50% des dépenses totales** pour :

- **Développer de nouvelles offres** et améliorer la qualité de l'accueil et le parcours visiteurs.
- **Renforcer la sécurité** des sites et parcours touristiques pour réassurer la clientèle.
- **Digitaliser l'offre touristique** et développer des applications numériques et des outils virtuels novateurs.

# 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](http://www.visitparisregion.com)