



**La démarche Qualité
des OT/SI du Nord**






Une démarche innovante ...

... basée sur **les attentes** des visiteurs
à partir d'une **analyse des besoins**
et de la **satisfaction**

- enquête par questionnaire
- entretiens en face à face avec des touristes


... aboutissant à un **référentiel** spécifique
et exigeant

Un véritable défi ...

... pour atteindre la « **Qualité totale** » :

- une spirale vers **l'excellence**
- une **remise en cause** permanente
- une **adaptation** à chaque visiteur
 - un **intérêt** manifeste
 - une **écoute** attentive
- une **personnalisation** de la prestation



Une implication courageuse

... il n'est **jamais agréable** d'être audité
... il est impossible d'être **parfait** tout le temps
... il est difficile de **gérer** tous les facteurs
... il faut pouvoir **faire confiance**

Bravo à eux pour avoir joué le jeu !



... sur la base de critères exigeants
... pour un noble objectif :

Toujours mieux satisfaire les visiteurs

I – Les enquêtes

1. une enquête des visiteurs par questionnaire, dans 42 OT/SI, de juin à novembre 2002, ayant totalisé plus de 800 questionnaires
2. des entretiens qualitatifs en face à face à Tourissima, Le Quesnoy et Malo-les-Bains, soit plus de 200 personnes interrogées
3. une enquête des prestataires et des prescripteurs en entretiens téléphoniques


Les critères d'une prestation de qualité ...

2/3 des attentes des visiteurs concernent :

- ❖ **l'empathie et la compétence du personnel**
 - ❖ **la qualité de l'information**

Les 5 facteurs clés du succès :

- accueillir
- écouter
- comprendre
- répondre
- donner



Points d'ancrage attendus du personnel

- ✓ **L'empathie** : être disponible, prêter de l'attention à être à l'écoute et manifester de l'intérêt au visiteur ;
- ✓ **La compétence** : connaître et maîtriser les informations, renseigner efficacement, complètement et rapidement le visiteur, le questionner sur ses besoins, identifier, élargir et personnaliser sa demande, pour mieux le conseiller ;
- ✓ **La sympathie** : être accueillant et aimable, avoir une attitude courtoise et sympathique, rester authentique et chaleureux.

Points d'ancrage attendus de l'information

- ✓ **à distance et au comptoir** : répondre rapidement à la demande formulée, connaître et maîtriser toutes les informations actualisées
- ✓ **qualité de l'information** : un courrier personnalisé, des supports appropriés, une réponse adaptée, un territoire valorisé, des informations pertinentes et actualisées
- ✓ **variété de l'information** : une diversité de documents à disposition, un local et un espace d'accueil animés avec des présentations ordonnées et thématiques, une documentation traduite en langues étrangères

Les critères d'une prestation de qualité (suite)

1/3 des attentes des visiteurs concernent :

- ❖ **l'environnement de l'OT/SI**
 - le repérage
 - l'accessibilité
 - le stationnement
 - le confort des locaux
 - la propreté
 - la praticité

III – Les audits visibles

- ✓ grille d'audit validée par le Comité Technique
- ✓ audits réalisés par les consultants PROTOURISME pour 31 OT/SI d'août à novembre 2002
- ✓ 8 rubriques correspondant à la progression du visiteur dans l'OT/SI
- ✓ 126 points d'observation

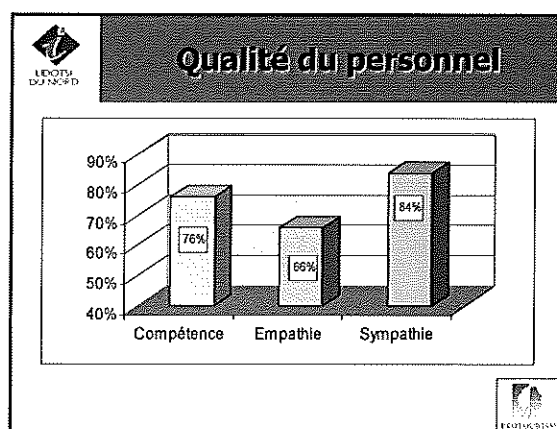
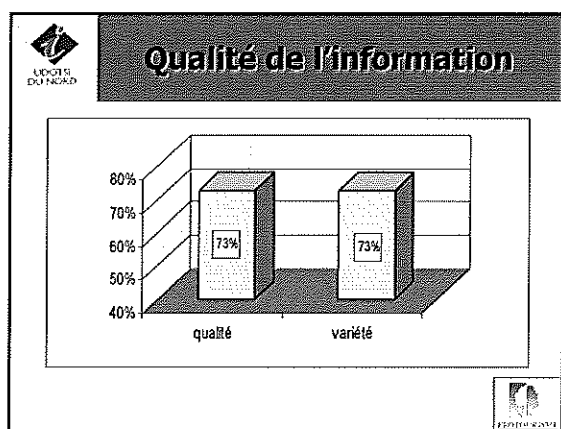
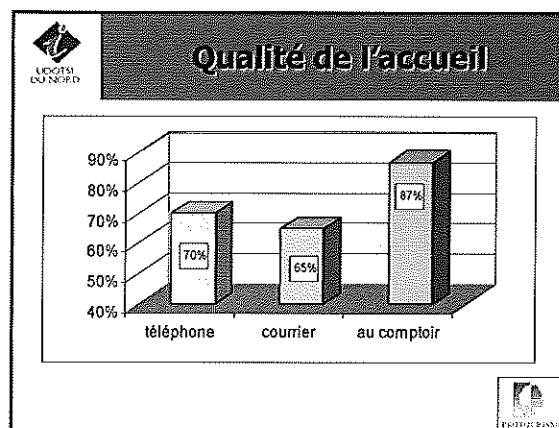
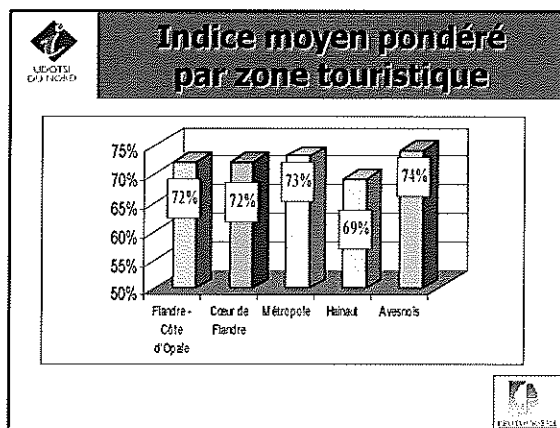
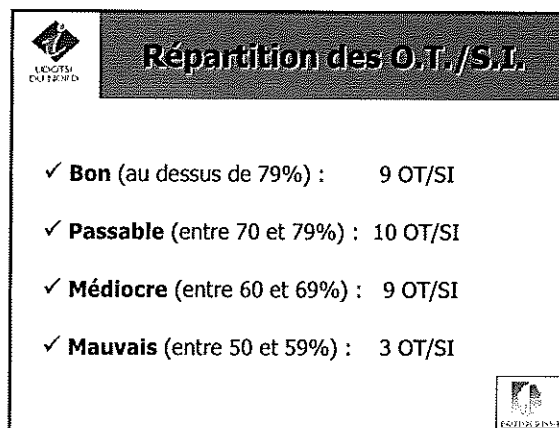
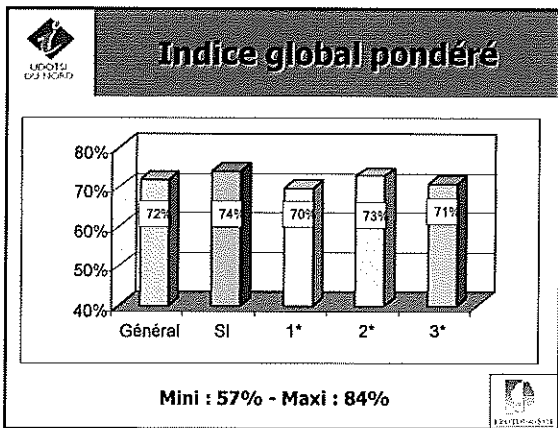
La pondération

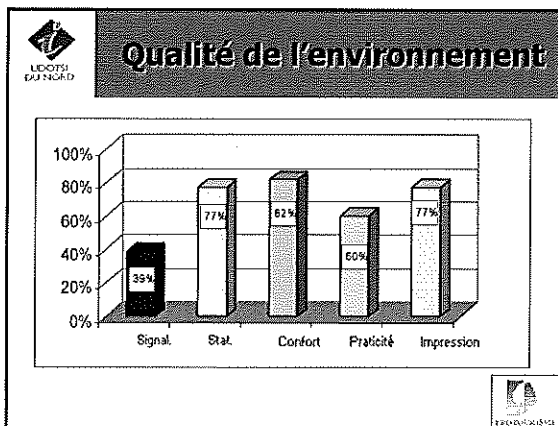
Pondération en fonction des attentes

Partie	Pondération %
Empathie du personnel	20
Qualité de l'information	18
Compétence du personnel	16
Sympathie du personnel	16
Variété de l'information	10
Signalisation	5
Stationnement	5
Confort des locaux	5
Praticité	5

Échelle des indices

100 %	↑ ↓	excellent
90 %		très bon
80 %		bon
70 %		passable
60 %		médiocre
50 %		mauvais
40 %		très mauvais





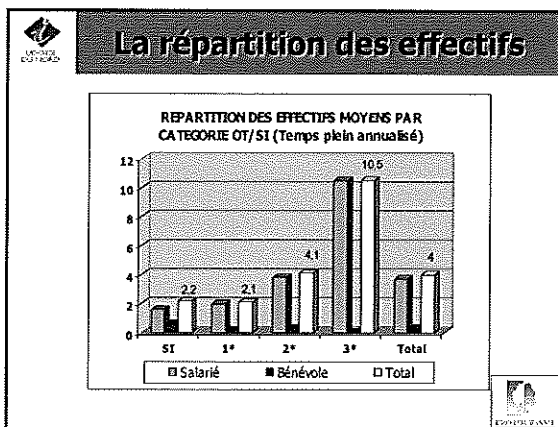
- III – Les audits invisibles**
- ✓ guide d'entretien validée par le Comité Technique
 - ✓ entretiens réalisés par les consultants PROTOURISME d'octobre à janvier 2003
 - ✓ 9 rubriques prenant en compte l'organisation, le fonctionnement et la promotion des OT/SI

- Le fonctionnement**
- ✓ **harmonisation insuffisante** des horaires :
 - en fonction des flux de fréquentation
 - ✓ **manque de structuration** des bureaux :
 - faible représentation des professionnels
 - peu de partage des tâches
 - peu de commissions techniques
 - ✓ **manque de clarté** sur la compétence territoriale :
 - transfert de compétence
 - convention d'objectifs

- Les missions**
- ✓ **principales missions** consacrées à :
 - accueil et information des visiteurs
 - éditions et promotion
 - animations et visites
 - billetteries
 - ✓ **missions secondaires** :
 - réceptifs groupes
 - ✓ **missions annexes voire inexistantes** :
 - montage de produits et commercialisation
 - gestion d'équipements
 - centrale de réservation
 - tableau de bord

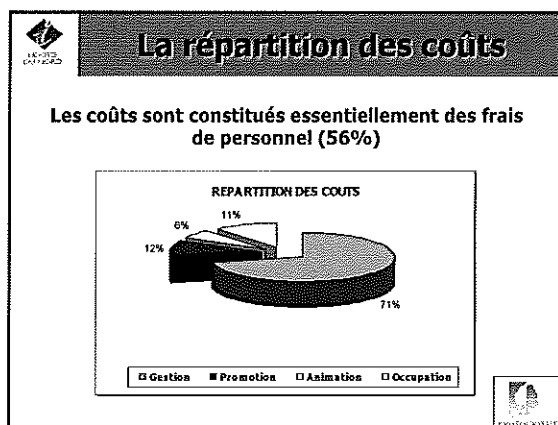
- La fréquentation**
- ✓ **incohérence** dans le calcul de la fréquentation des visiteurs :
 - visiteurs
 - personnes renseignées
 - sollicitations
 - au comptoir et à distance
 - ✓ **manque de fiabilité** générale des statistiques
 - ✓ environ **320.000 personnes renseignées**, dans les OT/SI du Nord audités en 2001, dont **188.000 personnes au comptoir**

- Les effectifs**
- ✓ **Les 31 OT/SI audités emploient** :
 - 123 salariés et personnes mises à disposition
 - soit 1/4 des effectifs des OT/SI du Nord (Source 1999)
 - d'une moyenne d'âge de 32 ans
 - d'une ancienneté moyenne de 4 ans
 - ✓ **Les effectifs en temps plein annualisé** représentent l'équivalent de 121 personnes, soit une moyenne de 4 personnes par OT/SI, avec :
 - 112 salariés et personnes mises à disposition
 - 9 bénévoles



Le budget

- ✓ Le budget global 2001 des OT/SI audités représente environ € 5.370.000
- ✓ Le coût moyen (hors animations et gestion d'équipements) est de l'ordre de € 20 par personne renseignée au comptoir :
 - € 20 pour les 1*
 - € 10 pour les 2*
 - € ? pour les 3*



Gestion de l'information

- ✓ Les principaux domaines d'information concernant le tourisme sont acquis
- ✓ Pas de méthodologie de recensement des prestataires
 - faible utilisation de la base de données « Découverte »
 - peu de bases de données informatisées
 - peu de mise à jour régulière
- ✓ Gestion approximative de la documentation
 - pas toujours de classement thématique
 - rarement d'inventaire des stocks
 - pas de gestion des stocks

Management de la qualité

- ✓ Peu de prise en compte des suggestions des clients
- ✓ Mesure de la satisfaction limitée à la clientèle des visites guidées
- ✓ Peu d'enregistrements écrits des réclamations
- ✓ Pas d'inventaire ni de suivi des actions correctives
- ✓ Peu de procédures écrites de l'accueil touristique
- ✓ Circuit d'acheminement du courrier parfois trop long
- ✓ Trop peu de modèles de lettres type

Axes stratégiques Qualité

- 1. Professionnaliser les OT/SI**
 - clarification des compétences (conventions, statuts)
 - structuration des bureaux
 - aménagement des horaires
- 2. Optimiser les missions**
 - synergie dans une logique territoriale
 - développement des partenariats
 - commercialisation des produits
- 3. Fiabiliser les statistiques de fréquentation**
 - mode de comptage simplifié



Axes stratégiques Qualité (suite)

4. Améliorer le fonctionnement des OT/SI

- structuration de l'organisation interne
- plan de formation
- optimisation des effectifs

5. Afficher la vérité des coûts

- comptabilité analytique
- synergies des actions

6. Assurer la qualité des prestations

- Manuel Qualité

