

Engagements nationaux de Qualité

Office de Tourisme

Rappel des conditions d'éligibilité d'une démarche qualité à la marque Qualité Tourisme™

La démarche qualité doit:

- Organiser l'écoute client:

le traitement systématique des réclamations

l'organisation d'une enquête satisfaction

- Décliner les engagements nationaux de qualité dans sa grille d'audit en critères objectifs et évaluables

- Être basée sur un audit indépendant réalisé au moins une fois tous les trois ans.

La déclinaison des engagements nationaux de qualité dans la grille d'audit ne constitue qu'une des conditions d'éligibilité d'une démarche qualité à Qualité Tourisme™.

PROMOTION ET COMMUNICATION

1 Une politique cohérente de communication est définie. (Contenu/précision - Par exemple Business plan, plan budgétaire relatif à la communication)

2 L'OT dispose de divers supports de communication et relaie notamment l'information événementielle exemple: site internet, brochures, dépliants, affiches, catalogues groupes, plan de visites

3 Tenue à jour d'un site internet dédié (site individuel ou site partagé) permettant au client de connaître notamment l'accès, les périodes d'ouvertures, les tarifs, les moyens de paiement acceptés, les conditions de réservation. Il donnera également des informations claires sur les différentes prestations touristiques proposées sur son territoire (au minimum). Le site internet est traduit au moins en une langue étrangère.

4 Les informations fournies au client doivent être réactualisées (sur internet et au comptoir) ; au moins annuellement pour les supports papier.

5 L'office de tourisme doit fournir au client des informations concernant l'actualité de la destination. Celles-ci doivent être facilement accessibles.

ATTITUDE DU PERSONNEL

6 Le personnel doit accueillir le client de manière souriante, chaleureuse, en utilisant des formules de politesse adaptées .

7 La tenue et la présentation du personnel de l'établissement doivent être irréprochables tout au long de la prestation.

8 Le personnel doit être disponible et attentif en face à face et /ou au téléphone au cours de la prestation.

9 Le personnel renseigne, conseille et répond aux clients de façon courtoise, précise et complète sur les services offerts dans la destination et sur les activités touristiques locales.

10 L'ensemble du personnel doit être formé pour le poste qu'il occupe. (formation initiale ou continue et/ou formation interne)

RESERVATION / DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS EN AMONT DE LA PRESTATION

11 Le téléphone doit être décroché rapidement (maximum 5 sonneries), l'identité du site doit être précisée dans la formule d'accueil.

Si le téléphone n'est pas décroché, le client a la possibilité de laisser un message sur un répondeur ou est renvoyé vers un autre numéro rapidement. Les horaires d'ouverture sont rappelés dans le message et traduits dans une langue étrangère.

12 Dans le cadre d'une demande d'information ou d'une réservation, les informations transmises aux clients doivent être précises et complètes.
(exemples: conditions tarifaires, modes de règlement...)

	La déclinaison des engagements nationaux de qualité dans la grille d'audit ne constitue qu'une des conditions d'éligibilité d'une démarche qualité à Qualité Tourisme™.
13	La confirmation de la prise en compte de la demande du client doit être réalisée de manière détaillée dans le but de rassurer le client (reformulation détaillée de la réservation).
14	L'envoi d'informations ou la confirmation d'une réservation par courrier ou courriel (si le client l'exige) doit correspondre à la demande du client, doit intégrer un détail sur les services, les horaires, les activités et être fait rapidement (48 heures maximum pour les courriels, 72 heures pour les courriers).
ACHEMINEMENT SUR LE LIEU	
15	La signalétique d'accès au site doit être visible, lisible, uniforme et doit faciliter la localisation du site. (si existante et autorisée)
16	Le fléchage de proximité doit être efficace, visible et en bon état. (si existant et autorisé)
17	Le stationnement est organisé(<i>exemples: parking gratuit ou payant</i>) ou des informations sont fournies sur les possibilités de stationnement.
EXTERIEURS DE L'ETABLISSEMENT	
18	Les extérieurs de l'établissement doivent être propres et en bon état. (<i>exemples: chemins d'accès, parking, terrasse, façades, toitures, portes, fenêtres et éclairages...</i>) . Ils doivent bénéficier d'un éclairage suffisant et, dans la mesure du possible, être agrémentés de végétation, espaces verts.
ACCUEIL DU CLIENT - SUIVI PENDANT LA PRESTATION - DEPART	
19	Les temps d'attente et les files d'attente doivent être gérés de manière optimale et organisée, notamment pour l'accueil de groupe. Le personnel privilégie l'accueil physique plutôt que l'accueil téléphonique ou les tâches administratives.
20	Prise en compte de la réservation du client de façon optimum, collecte et recherche des informations.
21	La prise en charge du client peut être faite en plusieurs langues (une langue étrangère minimum) avec des documents dans la langue parlée par le client (autant que possible selon la fréquentation de l'établissement).
22	L'espace d'accueil est ordonné, propre, en bon état, et accessible. Il est ouvert pour recevoir le client, il est accueillant. (<i>exemples: décoration adaptée, fleurs, bonbons...</i>).
23	Les informations utiles sont présentes, de façon lisible et visible, sur un support adapté propre et en bon état. (<i>exemples: tarif, prix, services, horaires, moyens de paiement acceptés...</i>)
24	La région est valorisée auprès des clients: mise à disposition de documentation sur l'offre touristique locale.
25	Le client a la possibilité de faire connaître sa satisfaction ou son insatisfaction au sujet de la prestation sur un support accessible et visible (<i>exemples: cahier de doléances, livre d'or, questionnaire de satisfaction...</i>) et/ou par courrier ou courriel. Dans ce dernier cas, il en est informé par un affichage visible, lisible et bien présenté. (cet engagement doit faire l'objet d'une procédure dans le référentiel de la démarche qualité et être audité au minimum lors de l'audit de suivi)
ESPACES COMMUNS	
26	L'agencement des locaux est organisé. Il facilite le déplacement des visiteurs et l'accès aux informations.
27	La décoration et le mobilier doivent être accueillants, ordonnés et harmonieux. Le mobilier doit être confortable.
28	L'établissement doit être équipé pour l'accès aux personnes à mobilité réduite, aux poussettes et aux personnes âgées (dans la mesure du possible). L'exploitant doit informer sa clientèle de l'existence de ces équipements ou aménagements spécifiques.
29	L'éclairage doit être adapté, suffisant et en bon état de fonctionnement. La température agréable.

La déclinaison des engagements nationaux de qualité dans la grille d'audit ne constitue qu'une des conditions d'éligibilité d'une démarche qualité à Qualité Tourisme™.	
30	Les revêtements muraux, sols et plafonds, mobilier, matériels et équipements disponibles doivent être propres et en bon état.
31	Les présentoirs sont régulièrement réapprovisionnés.
32	Les consignes de sécurité et autres informations destinées à la clientèle doivent être affichées sur des supports parfaitement visibles, propres et en bon état. <i>(exemples: panneaux, signalétiques, affichage des plans d'évacuation et numéros de téléphone d'urgence)</i>
SANITAIRES (si ouverts au public)	
33	Les toilettes doivent être dotées d'un équipement minimum pour le confort du client. <i>(exemples: poubelle couverte, brosse WC, papier en quantité suffisante, savon ou distributeurs...)</i>
34	Les revêtements muraux, sols et plafonds et les équipements doivent être en bon état et propres. <i>(exemples: robinetterie, joints, lavabo, miroir, WC, chasse d'eau, VMC...)</i>
35	Les sanitaires doivent être équipés pour l'accès aux personnes à mobilité réduite. (dans la mesure du possible)
36	Le système d'évacuation et de distribution des fluides doit être optimal (bon débit d'eau et eau chaude en quantité suffisante, évacuation des eaux usées efficace).
37	Les sanitaires doivent être bien ventilés <i>(Exemples: VMC, ouverture/fenêtre, extraction d'air, absence de mauvaises odeurs...)</i>
ORGANISATION	
38	L'office tient à jour un manuel qualité qui reprend sa stratégie, son organisation interne, son plan d'action annuel et notamment en termes d'engagements envers la collectivité de tutelle, les diverses structures institutionnelles du tourisme, les socio-professionnels et les visiteurs. Il s'agira notamment de préciser son plan d'action pour la mise en place de sa démarche qualité.
39	L'office de tourisme réunit régulièrement un comité qualité local composé des parties prenantes à la qualité de l'accueil dans la destination pour faciliter la mise en oeuvre de son plan d'action qualité.