



## Évaluation en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme™



### L'établissement

Désignation	<b>Agence de locations saisonnières (DOCID:qt202791)</b>
Adresse	97600 Mayotte Mayotte
Responsable de l'établissement	***
Filière	Agence de locations saisonnières
Partenaire(s)	

### L'évaluation

Cabinet d'audit	
Nom de l'auditeur	***
Type d'audit	Adhésion
Date de visite mystère	
Date de visite du site web	
Date demande info écrit (français)	
Date demande info écrit (autre langue)	
Date demande info tel (français)	
Date demande info tel (autre langue)	

Date de debriefing

Commentaire sur l'audit

## Compte-rendu de l'audit

**Rapport de visite**

**Points forts**

**Points d'amélioration**

# EVALUATION COMPLETE

## PROMOTION ET COMMUNICATION

### Présence numérique : visibilité et référencement

#### 1 - Les informations relatives à l'agence sur au moins un moteur de recherche sont actualisées

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : Google, pages jaunes partie gratuite,... L'outil de référencement gratuit est au choix du professionnel. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

#### 2 - Les informations relatives à l'agence sur au moins un moteur de recherche sont complètes

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : Google, bing, Pages jaunes... L'outil de référencement gratuit est au choix du professionnel. A minima: adresse, courriel, téléphone, jours et horaires d'ouverture et de dégustation, géolocalisation. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

#### 3 - Une réservation par voie numérique est possible

Oui  Non  Non Mesuré

Réservation par le site internet ou par celui des partenaires acceptée, ou OTA pour hébergement. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication.

#### 4 - Les informations relatives aux modalités de réservation et d'annulation sont facilement accessibles.

Oui  Non  Non Mesuré

Réservation par le site internet ou par un OTA pour hébergement acceptées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication.

## Le site internet

#### 5 - L'agence possède un site internet dédié

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Si présence d'un site internet propre à l'agence et d'un site internet partagé, le site internet audité est le site internet de l'agence. En l'absence d'un site internet propre à l'agence, le site internet du Partenaire ou celui de l'office de tourisme est audité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

#### 6 - Le site internet est bien référencé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Le référencement est efficace : le nom de l'agence apparaît sur les 2 premières pages du moteur de recherche avec les mots clés nom de la structure et ville. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

#### 7 - La présentation du site internet est soignée, attractive et ergonomique.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Le site internet donne envie de fréquenter l'agence. Evaluation de la qualité des photos, bon affichage des pages, absence de faute d'orthographe, absence de lien qui n'aboutit pas, navigation aisée et accès rapide aux informations principales, etc. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

#### 8 - Le site internet contient les coordonnées de l'agence : l'adresse, le courriel et le numéro de téléphone.

Oui  Non

Non mesuré si pas de site Internet. Formulaire accepté. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

#### 9 - Le site internet contient les informations suivantes : les conditions générales de location saisonnière ainsi qu'une information claire sur les prix des locations et des prestations proposées.

Oui  Non

Non mesuré si pas de site Internet. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

#### 10 - Le site internet contient des informations sur l'accès à l'agence. Le plan d'accès est téléchargeable et imprimable et/ou des outils de gestion d'itinéraire sont mis à disposition.

Oui  Non

Non mesuré si pas de site Internet. Si absence de parking privé, le site internet mentionne une solution de stationnement public à proximité. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 11 - Les informations du site internet sont actualisées.

Oui  Non

Non mesuré si pas de site internet. Tarifs, périodes d'ouverture, , etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

## 12 - Une assistance en ligne est disponible sur le site internet pour finaliser la réservation

Oui  Non

Non mesuré si pas de site internet. Tarifs, périodes d'ouverture, , etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 13 - BONUS : Une assistance en ligne est disponible sur le site internet pour finaliser la réservation en une langue étrangère

Oui  Non

Non mesuré si pas de site internet. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 14 - Le site internet est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## 15 - BONUS - Le site internet est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus noter Non mesuré si réponse négative Traduction partielle tolérée avec a minima présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## 16 - Le site internet valorise la destination touristique

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de site Internet. Présence d'une page dédiée ou présence de plusieurs liens sur la page 'Partenaires' ou d'un lien vers un site d'information touristique. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## 17 - L'agence informe ses clients par mail ou / et sur son site internet des offres particulières, des nouveautés de la structure, etc.

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 18 - Le logo Qualité Tourisme™ est présent sur le site internet.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de site internet et/ou si audit d'adhésion. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer également la présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie...). Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## 19 - La démarche Qualité Tourisme™ est explicitée sur le site internet ou il existe un lien vers le site de Qualité Tourisme™.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion et Non mesuré si absence de site internet. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer également la présence d'un lien vers le dispositif Qualité Territoriale le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie...). Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## 20 - Le site Internet est consultable sur smartphone et/ou tablette

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## Réseaux sociaux

### 21 - L'agence est présent sur au moins un réseau social

Oui  Non

Contrôle documentaire. Le profil personnel du gérant ne valide pas ce critère et la présence sur Trip Advisor ne valident pas ce critère. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 22 - La page dédiée à l'agence sur le réseau social choisi par le Professionnel est actualisée

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : Facebook,... Contrôle documentaire. Le profil personnel du gérant ne valide pas ce critère. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 23 - BONUS 2020 : La page dédiée à l'agence sur le réseau social choisi par le Professionnel est animée

Oui  Non  Non Mesuré

BONUS 2020 :indiquer non mesuré si non respecté. A minima une publication mensuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

### 24 - En cas d'audit de renouvellement, la Marque Qualité Tourisme est valorisée sur le réseau social choisi par le Professionnel

Oui  Non  Non Mesuré

A minima une publication annuelle. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## L'outil de communication

### 25 - L'agence possède son propre outil de communication.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Tous supports autorisés sauf site internet/réseau social évalués par ailleurs Ex : applications Smartphone, brochure papier ou téléchargeable, flyer, carte de visite. L'agence doit être à l'initiative de la création de l'outil (par exemple, la présence sur la brochure de l'OT ne valide pas le critère). La présence d'une carte visite permet de valider ce critère. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 26 - La présentation de l'outil de communication est soignée et attractive.

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Absence de visuels peu qualitatifs, bonne lisibilité des caractères, absence de faute d'orthographe, absence de photocopie, etc. L'outil de communication reflète la structure et donne envie de séjourner. Si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 27 - L'outil de communication est représentatif de l'offre

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Les informations délivrées sont conformes à la réalité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 28 - L'outil de communication contient les coordonnées de l'agence : l'adresse, le site internet, le courriel et le numéro de téléphone.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de outil de communication. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 29 - L'outil de communication contient des informations sur l'accès à l'agence.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de outil de communication ou carte visite. Si absence de parking, indication sur les possibilités de stationnement à proximité. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 30 - L'outil de communication contient les coordonnées de l'agence : l'adresse, le site internet, le courriel et le numéro de téléphone.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 31 - L'outil de communication contient les informations suivantes : jours d'ouverture, moyens de paiement acceptés + spécificités de la filière

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite, point à mesurer. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 32 - L'outil de communication contient des informations sur l'accès à l'agence.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication ou si carte de visite. En fonction de la localisation de l'agence, les informations pertinentes sont présentées (ex: accès transport communs, localisation par rapport aux axes routier, à des équipements ou points d'attraction phare de la destination). Si absence de parking, indication sur les possibilités de stationnement à proximité. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 33 - L'outil de communication est actualisé.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas d'outil de communication. Classement, périodes d'ouverture, etc. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 34 - L'outil de communication est traduit dans une langue étrangère au moins.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion ou si carte de visite. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 35 - BONUS - L'outil de communication est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative. A minima la présentation de l'offre. La langue étrangère correspond au bassin touristique émetteur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 36 - Le logo Qualité Tourisme™ est présent sur un outil de communication.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Occitanie) Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## Stratégie de communication

### 37 - L'agence fait connaître son offre et ses services grâce à au moins 1 action de communication annuelle

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Actions marketing sur les réseaux sociaux, participation à des salons, manifestations, presses locale, sponsoring, partenariat sportif/culturel, événements locaux, autres. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

### 38 - L'agence fait connaître son offre et ses services grâce à au moins 1 action de communication annuelle gérée par un de ses partenaires

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Ex : OT, partenaire territorial et national Qualité Tourisme (chaîne commerciale, association). Les actions de l'OT et du Partenaire Qualité Tourisme (Campagne presse, radio, TV, participations à des salons,...) sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

### 39 - BONUS : La présence numérique, les outils de communication et les actions de communication traduisent une identification des cibles

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si réponse négative. Une réflexion sur la segmentation du marché a été menée par la structure et les cibles prioritaires ont été identifiées. Ces cibles sont immédiatement distinguables dans les outils de communication (clientèle internationale, séniors, famille, clientèle de proximité, affaires ou loisirs, etc.) et dans les actions de communication engagées (salons professionnels ciblés, communication institutionnelle adaptée, organisation et/ou participation à des événements visés, etc.). Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

### 40 - BONUS : La présence numérique, les outils de communication et les actions de communication traduisent le positionnement marketing de la structure

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus noter Non mesuré si réponse négative. Le positionnement marketing est clair. Il se différencie de la concurrence et correspond aux cibles identifiées. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 9. Famille Information Communication

### 41 - Il existe une cohérence graphique entre les différents supports de communication de la structure.

Oui  Non  Non Mesuré

Vérifier au minimum la cohérence graphique des supports imprimés et du site internet. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## La promotion

### 42 - Au moins 2 actions de communication ou de promotion sont engagées par l'agence et accessibles à la clientèle.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Campagne E-mailing, campagne presse, radio, TV, participation à des salons, manifestations, autres. Les actions de promotion et de communication du Partenaire sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 43 - Les actions de communication et de promotion de l'agence sont effectuées à au moins 2 niveaux (local, régional, national, international).

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Les actions du Partenaire sont prises en compte pour valider ce critère. L'outil de communication et le site internet de la structure ne valident pas ce critère. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 44 - L'agence est présente sur les réseaux sociaux

Oui  Non  Non Mesuré

Noté Non mesuré si non vérifié Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 45 - Il existe une cohérence graphique entre les différents supports de communication de la structure.

Oui  Non  Non Mesuré

Vérifier au minimum la cohérence graphique des supports imprimés et du site internet. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## LA RESERVATION - LA DEMANDE D'INFORMATIONS

### La prise de ligne

### 46 - L'appel doit aboutir avant la 5ème sonnerie

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Soit par un interlocuteur, soit par un pré-décroché, soit par un répondeur. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 47 - L'interlocuteur annonce le nom de l'agence ou se présente

Oui  Non  Non Mesuré

""agence X..., bonjour"". Non mesuré si absence de réponse. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre"

## 48 - La phrase d'accueil est claire et audible, le ton de la personne est aimable et souriant

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de mise en attente ou si absence de réponse. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 49 - Si la conversation est mise en attente, celle-ci n'excède pas une minute et le client en est préalablement informé de façon aimable

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si pas de mise en attente ou si absence de réponse. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## Le traitement de la demande

### 50 - Les informations communiquées par l'interlocuteur sont précises et répondent à la demande.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Dans le cas où l'auditeur ne parvient pas à joindre l'agence, point pénalisé. Si l'interlocuteur n'est pas en mesure d'enregistrer une réservation et/ou ne propose pas un rappel rapide, point pénalisé. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 51 - L'agence a formalisé une liste de questions à poser au client pour cerner ses besoins

Oui  Non  Non Mesuré

Ex : présence d'animaux domestiques, dates de séjour, budget, nombre d'adultes/d'enfants ou de couchages, équipements spécifiques, environnement ( mer, proximité des pistes...). Contrôle documentaire. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 52 - L'interlocuteur est courtois, employant les formules de politesse adaptées. Le cas échéant, la mise en attente et la reprise de ligne s'accompagnent des formules d'usage.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Utilisation des civilités. Un mot d'excuse ou de remerciement est prononcé à la reprise de la ligne. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 53 - La reformulation orale doit comporter les éléments essentiels de la réservation.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré pour les agences. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 54 - Le client est invité à rappeler si besoin et est remercié d'avoir fait appel à l'agence

Oui  Non  Non Mesuré

A minima : nom, nombre de personnes, heure d'arrivée. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 55 - Si l'interlocuteur de l'agence n'est pas en mesure d'informer sans délai, il propose un autre rendez-vous à la convenance du client.

Oui  Non  Non Mesuré

Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 56 - L'accueil téléphonique est assuré en au moins une langue étrangère.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur effectue une demande de renseignement par téléphone dans une langue étrangère de son choix. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 57 - BONUS - L'accueil téléphonique est assuré en une seconde langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

BONUS. L'auditeur effectue une demande de renseignement par téléphone dans une langue étrangère de son choix. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## Le répondeur

### 58 - En cas d'absence, un répondeur assure l'accueil téléphonique. Le ton du message est courtois, employant les formules de politesse adaptées.

Oui  Non  Non Mesuré

Point pénalisé si absence de répondeur. Si renvoi vers un n° de portable, point mesuré. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication



**59 - Le message du répondeur annonce le nom de l'agence et informe des horaires d'ouverture ou le client est renvoyé vers un autre numéro ou vers un site internet.**

Oui  Non  Non Mesuré

Si renvoi sur un portable et message sur portable, point mesuré. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

**60 - Le message du répondeur téléphonique est en au moins une langue étrangère**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

**61 - Il est possible de laisser un message sur le répondeur en dehors des heures d'ouverture. Une réponse est apportée dans les 24 h ouvrées**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## Proposition commerciale

**62 - Lors d'une demande d'informations, la réponse écrite est personnalisée et correspond à la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail et par téléphone en intégrant une requête spécifique. Exemple : présence d'un parking, présence d'un animal, renseignements sur une animation, un concert, etc. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'agence. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**63 - Les caractéristiques du logement (capacité d'accueil du logement, équipements, emplacement...) correspondent au besoin du client.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**64 - Le coût total (loyer, charges, honoraires, taxes diverses) et les modalités de paiement sont communiqués**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**65 - L'agence accepte le paiement par carte bancaire**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

**66 - Le client est informé qu'une assistance téléphonique est à sa disposition tout au long de la prestation pendant les heures d'ouverture de l'agence.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail en intégrant une requête spécifique. Exemple : présence d'un parking, présence d'un animal, renseignements sur une animation, un concert, etc. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'agence. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**67 - Le client est informé des différents services proposés (selon les agences : service de ménage, location de draps,....)**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**68 - Lors d'une demande d'informations, la réponse mentionne le logo Qualité Tourisme™ dans la signature.**

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré en cas d'adhésion. Dans le cadre d'une démarche territoriale, auditer présence du logo territorial le cas échéant (PACA, Franche-Comté, Normandie, Sud de France) Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**69 - Lors d'une demande d'informations, la réponse écrite mail est reçue sous 48h.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**70 - BONUS : Pendant les périodes d'ouverture de l'agence, lors d'une demande d'informations, la réponse écrite par mail est envoyée sous 24h.**

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**71 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée et correspond à la demande.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une demande d'informations par mail/courrier en langue étrangère. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**72 - BONUS - Lors d'une demande d'informations en une deuxième langue étrangère, la réponse est personnalisée et correspond à la demande.**

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**73 - Le client est informé des formalités nécessaires pour garantir sa réservation (par exemple : versement d'un acompte ou d'arrhes, signature d'une convention de location...)**

Oui  Non  Non Mesuré

Indiquer Non mesuré si non vérifié Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**74 - Les éléments de la réservation (dates, durée du séjour, nombre des personnes, type de logement, montant acompte ou arrhes...) inscrits dans la pré-réservation sont conformes aux éléments indiqués dans la proposition**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. L'auditeur fait une pré-réservation/demande d'option qu'il invalide à réception de la confirmation Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**75 - Le client obtient confirmation de chacun de ses règlements et en est remercié.**

Oui  Non  Non Mesuré

Sur contrôle documentaire. L'auditeur demande à vérifier la dernière location concrétisée. Indiquer Non mesuré si non vérifié. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**76 - L'agence a mis en place un dispositif d'envoi des contrats de location par email qui sont envoyés dans les 24 heures**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**77 - Une assurance annulation de séjour est systématiquement proposée au client**

Oui  Non

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**78 - La confirmation de la réservation est envoyée dans les 24 heures**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**79 - Le client est informé de la manière dont il va prendre possession du logement (rendez-vous à l'agence)**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## L'ACHEMINEMENT SUR LE LIEU - LES EXTERIEURS - LA SIGNALISATION - LA TERRASSE (SI EXISTANTE)

### L'accès à l'agence

**80 - Si autorisée, une signalisation d'accès est visible, lisible et uniforme.**

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si non autorisée ET si pas de fléchage organisé par la commune. L'auditeur vérifie si les autres agences sont signalés. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

**81 - L'agence est facile à trouver.**

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. A partir des indications fournies en amont, et/ou un plan d'accès est envoyé, l'auditeur note son accès. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### Les abords de l'agence et la signalétique

**82 - Les abords privatifs de l'agence sont propres.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Prendre en compte la ou les façades et les abords de l'entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être propre. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## 83 - Les abords privatifs de l'agence sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Prendre en compte : façades, entrée. Même sur le domaine public, l'entrée doit être en bon état. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## 84 - Une enseigne est présente et on identifie clairement l'entrée de l'agence.

Oui     Non

Par enseigne, on entend un support permettant l'identification de l'agence. Pas de Non mesuré possible. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 85 - Les enseignes, la vitrine et la porte d'entrée sont propres.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## 86 - Les enseignes, la vitrine et la porte d'entrée sont en bon état.

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Par enseigne, on entend à minima le nom de l'agence sur l'agence. Ce n'est pas obligatoirement sur la façade de l'agence. Si plusieurs enseignes, mesure sur l'ensemble. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## 87 - La façade et l'entrée sont mises en valeur par un fleurissement, un élément décoratif, un éclairage, etc.

Oui     Non

Pas de Non mesuré possible sauf si bâtiment classé. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

## Les affichages extérieurs

### 88 - La plaque Qualité Tourisme™ est apposée à l'entrée de l'agence.

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 89 - "Une partie de l'offre ""locations de vacances"" est présentée en vitrine."

Oui     Non     Non Mesuré

A minima : tarifs / prix des services, horaires, moyens de paiement acceptés, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 90 - La mise en avant de l'activité de Locations Vacances évoque les vacances ou les distractions culturelles et/ou sportives de la région.

Oui     Non     Non Mesuré

L'enseigne est bien visible de la rue, visible jour et nuit Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 91 - L'information présentée sur les locations de vacances est claire, attractive et à jour

Oui     Non     Non Mesuré

Non mesuré en cas d'adhésion. Placée dans un endroit visible. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 92 - Les horaires et les périodes d'ouverture, moyens de paiement acceptés, ainsi que les coordonnées téléphoniques et internet de l'agence sont présents

Très satisfaisant     Satisfaisant     Insatisfaisant     Très insatisfaisant     Non Mesuré

Non mesuré si absence d'affichage. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

### 93 - Les affichages extérieurs sont traduits en une langue étrangère au moins.

Oui     Non     Non Mesuré

A minima : tarifs / prix des services, horaires, moyens de paiement acceptés, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## L'ACCUEIL DU CLIENT - LA PRISE EN CHARGE - LE DEPART

### L'accueil du client

#### 94 - Le comportement du personnel et/ou la tenue vestimentaire permet une identification aisée à l'arrivée dans l'agence.

Oui     Non     Non Mesuré

Présence d'un badge et/ou comportement actif et/ou prise en charge immédiate et/ou tenue distinctive. L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 95 - Le client identifie rapidement les langues parlées par le personnel de l'agence

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de langues étrangères parlées. Peut être à l'extérieur ou à l'intérieur. Support indifférent (carte, affiche...). Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## 96 - La tenue corporelle et vestimentaire du personnel est propre et soignée.

Oui  Non  Non Mesuré

L'auditeur contrôle l'item pour l'ensemble de l'équipe. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 97 - Le client est spontanément salué par le personnel à son arrivée

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 98 - La prise en charge du client est efficace. Si le personnel est occupé, il fait un signe de reconnaissance. Il donne priorité à l'accueil des clients par rapport aux autres tâches.

Oui  Non  Non Mesuré

La prise en compte de l'arrivée du client passe par un signe, une invitation à patienter, etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 99 - La prise en charge est adaptée aux clientèles spécifiques.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si non observé. Réactivité par rapport à la clientèle familiale, clientèle en situation de handicap, etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 100 - L'agence met à la disposition du client les informations utiles et nécessaires notamment en cas d'urgence (numéros de téléphone : pompiers, commissariat de police, urgences, hôpitaux, centre antipoison...)

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## 101 - Un contact de l'agence doit être joignable pendant la durée du séjour du client (ex : numéro d'urgence...) pendant les heures ouvrées

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## 102 - Le client dispose d'un délai de 24 h pour adresser une réclamation sur l'état de propreté du logement.

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## 103 - Le client est informé des délais dont il dispose (72 heures après avoir pris possession du logement) pour adresser une réclamation quant à la conformité du logement par rapport au descriptif légal

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## 104 - Le client est informé des modalités de restitution des clés en fin de séjour.

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## 105 - L'agent est disponible et attentif tout au long de la prestation, en face à face

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 106 - Le contact est courtois et chaleureux tout au long de la prise d'informations.

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## 107 - Le client est remercié et salué au moment de son départ.

Oui  Non  Non Mesuré

"Salutations par un ""Au revoir Madame"", ""Bonne journée Monsieur"", etc. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre"

## 108 - L'accueil et la prise en charge peuvent être assurés en au moins une langue étrangère.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Observation lors du séjour et/ou rapprochement par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère correspondant au bassin touristique émetteur. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

**109 - BONUS - L'accueil et la prise en charge peuvent être assurés en une deuxième langue étrangère.**

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Indiquer Non mesuré si non vérifié. Observation lors de la visite et par rapport à la mesure sur l'accueil téléphonique dans une langue étrangère correspondant au bassin touristique émetteur. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

## L'AGENCE

### L'aspect général de l'agence

**110 - L'aspect général de l'espace d'accueil est accueillant.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Température adaptée, pas de nuisance sonore, absence d'odeurs désagréables, éclairage adapté, si existant fond musical discret... Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

**111 - Présence d'un produit d'accueil à l'attention du client (Ex : bonbons, boissons chaudes ou froides...).**

Oui  Non  Non Mesuré

Impression générale l'espace d'accueil. Homogénéité dans le style de la décoration et de l'ameublement. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

**112 - L'espace d'accueil est bien ordonné.**

Oui  Non  Non Mesuré

Mesure de l'ensemble de l'espace d'accueil. Absence d'effet personnel visible, d'affichage scotché et manuscrit vieillissant... Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

**113 - L'espace d'accueil est en bon état.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

**114 - L'espace d'accueil est propre.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

**115 - L'espace d'accueil dispose de sièges.**

Oui  Non  Non Mesuré

Tolérance en configuration des lieux. Non mesuré si espace trop restreint. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

**116 - Si présence d'affiches publicitaires, elles valorisent la destination.**

Oui  Non  Non Mesuré

Prendre en compte : tables, chaises, fauteuils, consoles, guéridon, buffet, vaisselier... Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**117 - L'espace de prise en charge du client est adapté et fonctionnel**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Non mesuré si agence commun avec la salle de agence et/ou si espace commun avec la réception. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

**118 - Les tarifs et des prix des honoraires et des services sont proprement affichés.**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Prendre en compte le mobilier, le comptoir, la signalétique, les revêtements muraux et les revêtements de sol. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

**119 - Dans la mesure où l'agence dispose de suffisamment d'espace, l'attente est organisée avec un espace d'attente, une gestion de file d'attente,...**

Très satisfaisant  Satisfaisant  Insatisfaisant  Très insatisfaisant  Non Mesuré

Prendre en compte : tables, chaises, fauteuils, consoles, guéridon, buffet, vaisselier... Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## LES ESPACES ET SERVICES COMMUNS

### Les sanitaires

**120 - Les sanitaires sont disponibles pour le client**

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## 121 - L'aspect général des sanitaires est accueillant.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence Propres en bon état. Eclairage et température adaptés, harmonie générale des équipements. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Confort Propreté

## L'information à la clientèle

### 122 - Les informations essentielles sont affichées.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Affichage à minima des tarifs / prix des services, horaires, consignes de sécurité, moyens de paiement acceptés, origine des viandes (si offre de restauration). Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 123 - Les informations sont soigneusement présentées et actualisées.

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. Affichage à minima des tarifs / prix des services, horaires, consignes de sécurité, moyens de paiement acceptés, origine des viandes. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 124 - Les services et équipements complémentaires sont portés à la connaissance du client.

Oui  Non  Non Mesuré

ex: Location de chaise haute, de draps. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

### 125 - Les affichages des services et équipements complémentaires sont traduits en au moins une langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Support indifférent (carte, affichage...). Si accueil 24h/24 et accueil dans une langue étrangère, point validé. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 126 - BONUS - Les affichages des services et équipements complémentaires sont traduits en une deuxième langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si non vérifié. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

## SUIVI DU MEUBLE

### Suivi du meublé

#### 127 - L'agence visite chaque bien avant la prise de mandat et tous les ans

Oui  Non  Non Mesuré

Posez la question et demander à voir le compte rendu de visite Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

#### 128 - L'agence incite les propriétaires de meublés à se faire classer dès la prise de mandat

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire, présence d'une note de sensibilisation. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

#### 129 - L'agent vérifie systématiquement l'état du logement (ménage, fonctionnement des équipements...) entre chaque occupation.

Oui  Non  Non Mesuré

Posez la question et demander à voir le support qui justifie l'action (planning,...) Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

#### 130 - En cas de problème particulier pendant le séjour, l'agence met tout en œuvre pour une intervention rapide.

Oui  Non  Non Mesuré

Demandez qu'est-ce qu'ils font lors que le client a un problème sur place (se déplacent eux-mêmes, font appel à une société externe pour les réparations, sous quels délais, ...) Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

#### 131 - En cas de réclamation sur un élément d'équipement, l'agence mandate un technicien dans les meilleurs délais, au plus tard dans les 24 h.

Oui  Non  Non Mesuré

Pénaliser si absence de preuve Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

#### 132 - L'agence prend en compte la réclamation sur le ménage durant les jours et heures ouvrables, et à la traiter au plus tard dans les 12 heures.

Oui  Non  Non Mesuré

Pénaliser si absence de preuve Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

## LE SUIVI DE LA QUALITE ET LA FIDELISATION DU CLIENT

### Le suivi de l'e-réputation

#### 133 - L'agence prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 1 site.

Oui  Non

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. Non si aucun référencement sur aucun site d'avis en ligne. L'auditeur interroge pour savoir quels sites d'avis de consommateurs il suit : Tripadvisor, Michelin, Cityvox, Booking, google, OTA, pages jaunes, réseaux sociaux, sites réseaux pro ...etc. et l'interroge sur le contenu des derniers commentaires. Sur déclaratif. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

#### 134 - L'agence a revendiqué la fiche de son agence sur au moins 1 site d'avis en ligne

Oui  Non  Non Mesuré

Sur déclaratif mais l'auditeur peut constater l'existence de réponses faites par le professionnel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

#### 135 - L'agence exerce son droit de réponse aux avis des consommateurs

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle visuel sur les sites d'avis en ligne. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

#### 136 - La réponse apportée par l'agence est constructive.

Oui  Non  Non Mesuré

La réponse est factuelle. Si la responsabilité de l'agence est avérée, un mot d'excuse est formulé. Suivant les cas, un geste commercial est proposé. Sur déclaratif. Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

### Le suivi de la satisfaction

#### 137 - Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe

Oui  Non

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. Exemples d'outils : questionnaire de satisfaction papier/dématérialisé/QR code du partenaire et/ou du professionnel, utilisation et suivi d'une ou plusieurs plateformes d'avis en ligne, module d'écoute client DGE, outil d'analyse de l'e-réputation, suivi des avis ou recommandations Facebook, borne...Un outil de recueil permet de mesurer la satisfaction client. Le livre d'or en texte libre n'est pas un outil de recueil et de mesure. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

### Le suivi des questionnaires de satisfaction

#### 138 - Le suivi de la satisfaction du client est effectué avant la restitution des clefs

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible. Sur observation dans l'agence Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

### Le suivi de la satisfaction

#### 139 - Les clients sont informés de l'outil de recueil de la satisfaction

Oui  Non

Une sollicitation orale ou écrite (affichage, e-mail, autocollant ...) informe le client du recueil de la satisfaction. Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

#### 140 - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une langue étrangère.

Oui  Non

L'utilisation régulière du module d'écoute client DGE valide le critère. Si les outils du professionnel ne permettent pas la gestion en une langue étrangère l'auditeur choisit « non ». Contrôle visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

#### 141 - BONUS - L'outil de recueil de la satisfaction est traduit dans une deuxième langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus- Ne pas pénaliser si non vérifié. Constat visuel. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

### Le suivi des réclamations

#### 142 - L'agence a formalisé une procédure écrite pour le suivi des réclamations.

Oui  Non

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. A minima, la procédure précise qui répond aux réclamations et sous quel délai de réponse et où sont archivées les réclamations. La mise en œuvre de la procédure de réclamation du partenaire valide le critère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

## 143 - L'agence accuse réception des réclamations dans un délai de 72h et répond dans un délai maximum de 15 jours.

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. Si la réclamation nécessite des recherches, envoi d'une lettre (ou courriel) de prise en compte de la réclamation. Les réponses se font dans un délai maximum de 15 jours ouvrés exception faite des demandes de remboursement. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

## 144 - Les réponses aux réclamations sont personnalisées et constructives.

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. La réponse marque la prise en compte de la réclamation, fait preuve d'empathie, clarifie les circonstances et apporte une solution. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Non mesuré possible si aucun avis mentionnant une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation.

## 145 - L'agence apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. L'agence contacte le client qui mentionne une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant des éléments factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte des nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Non mesuré en cas d'absence d'insatisfaction notable ou de création/reprise récente de l'entreprise. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

# LE DEVELOPPEMENT DURABLE

## La sensibilisation

### 146 - Le personnel a été sensibilisé au tri des déchets.

Oui  Non  Non Mesuré

Présence de note de sensibilisation et d'une preuve de diffusion (émargement lors d'une réunion, mail de diffusion). Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 147 - Le personnel est sensibilisé à la gestion économe de l'eau et de l'énergie.

Oui  Non  Non Mesuré

Présence de note de sensibilisation et d'une preuve de diffusion (émargement lors d'une réunion, mail de diffusion). Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

## La prise en compte de l'environnement

### 148 - Le tri sélectif est mis en place dans l'agence.

Oui  Non  Non Mesuré

Au minimum : emballage, piles, verres... ET communiqué par affichage (carte, circulations...). Non mesuré si pas de tri organisé par la commune. Le tri sélectif est effectué par le personnel. Validé si Ecolabellisé Constat Visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 149 - L'agence a mis en place au moins une mesure visant à réduire la production de déchets.

Oui  Non  Non Mesuré

Utilisation de piles rechargeables (télécommandes), utilisation produits d'accueil non jetables, réduction de la consommation de papier (utilisation recto-verso), compostage des déchets organiques, etc. Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 150 - L'agence a mis en place au moins trois mesures visant à réduire la consommation énergétique et/ou eau.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemples de mesures : ampoules basse consommation, utilisation de papier recyclé, utilisation écocertifiée / ecolabellisée, suivi et analyse des consommations d'eau et d'énergie, présence de double vitrage, robinets équipés de mitigeurs et de réducteurs de débit ou de cellule, présence de chasses d'eau à double volume, etc. Validé si Ecolabellisé Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 151 - L'agence utilise au moins deux produits présentant un faible impact sur l'environnement.

Oui  Non  Non Mesuré

Exemples de produits : sacs en papier, serviettes en coton non blanchies au chlore, serviettes en papier contenant 30% de matières recyclées, papier recyclé, produits écocertifiés, favorise les produits réemployables et recyclables (ex: gobelets lavables). Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 152 - Présence d'une information présentant les actions de l'agence en faveur de l'environnement.

Oui  Non  Non Mesuré

Présence d'un affichage dans l'agence et/ou d'une information sur le livret d'accueil. Validé si Ecolabellisé Constat visuel Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 153 - L'agence a prévu de mettre au moins une mesure supplémentaire dans les 3 ans à venir

Oui  Non  Non Mesuré

Exemples de mesures : détecteurs de mouvements / minuterie / cellule photo électrique, coupe circuit général dans chacune des chambres, contrôle automatique du chauffage/climatisation, isolation performante (mise en place de double vitrage), réducteurs de débit sur les douches/robinets, chasses d'eau à double débit, arroseurs goutte à goutte / arrosage en dehors des heures les plus chaudes, utilisation de piles rechargeables. Les produits d'accueil et de consommation recyclables et/ou réemployables et en format collectif



sont privilégiés aux produits jetables et aux doses individuelles. Les formats collectifs des contenants des boissons sont privilégiés aux format individuels (aluminium /plastique). Validé si Ecolabellisé Sur déclaratif Non Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

## Les aspects sociaux

### 154 - L'agence a sensibilisé son personnel à l'accueil des personnes en situation de handicap.

Oui  Non  Non Mesuré

Critère validé si labellisé tourisme et handicap Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Savoir-Faire Savoir-Etre

### 155 - BONUS- L'agence est labellisée Tourisme et Handicap

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus-ne pas pénaliser si non vérifier. Critère validé si labellisé tourisme et handicap pour 2 handicap. Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 9. Famille Qualité de la prestation

## La valorisation de la région

### 156 - L'agence privilégie des produits issus de la production locale.

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

### 157 - Présence d'un point d'informations touristiques locales

Oui  Non  Non Mesuré

Tolérance sur la forme du support (classeur, présentoir, tablette, borne interactive) Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 158 - L'agence a mis en place une action de valorisation du territoire

Oui  Non  Non Mesuré

Exemples : carte de la région affichée dans l'agence, rappel de l'identité régionale sur la carte de agence (texte de présentation, photos, etc.), rappel de la région dans la décoration (photos, objets), présence d'ouvrages sur la région, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

### 159 - Le personnel peut conseiller le client pour des visites ou des activités touristiques.

Oui  Non  Non Mesuré

L'auditeur questionne le réceptionniste sur : un lieu de visite emblématique du territoire ou un point de vente d'un produit local ou un agence proposant des spécialités régionales, etc. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Développement Durable

### 160 - Les coordonnées et les horaires des services de proximité peuvent être communiqués au client.

Oui  Non  Non Mesuré

Présence d'un document sur l'agence. Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 161 - L'agence a noué des relations partenariales avec d'autres prestataires pour proposer leurs services à ses clients : lieux de visite, taxis, activités...

Oui  Non  Non Mesuré

Présence d'un document sur l'agence rassemblant les coordonnées des partenaires. Sur déclaratif Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

### 162 - Présence d'une documentation touristique en langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 163 - BONUS - Présence d'une documentation touristique dans une deuxième langue étrangère.

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus - Noter Non mesuré si non vérifié Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille Information Communication

### 164 - Si existant, le site participe à l'alimentation du système d'information touristique local

Oui  Non  Non Mesuré

Dans le cadre de démarches territoriales uniquement Constat visuel Rattrapable. Coef 1. Famille Développement Durable

## LES DISPOSITIONS DE MANAGEMENT

### Dispositions de management (si plus de 5 employés)

#### 165 - L'agence a une connaissance fine de ses clientèles

Oui  Non  Non Mesuré

Fréquentation globale + profil (indiv/groupes) + provenance. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

#### 166 - Il est remis un livret d'accueil aux nouveaux embauchés. Ce livret présente les principales caractéristiques de l'entreprise et son environnement proche.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. Constat visuel. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 167 - Il y a une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site et les employés afin de s'assurer qu'une réunion de présentation de la saison et une réunion de bilan ont bien été réalisées. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 168 - Un référent qualité est identifié dans l'agence.

Oui  Non

Identification en amont de la visite mystère. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 169 - Le personnel (stagiaires et bénévoles compris) est informé de la démarche qualité.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site afin de s'assurer que le personnel a été informé à la démarche qualité. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 170 - Une réunion du personnel annuelle sur le déploiement de la démarche qualité est organisée.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. Sur déclaratif. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 171 - Un bilan annuel de l'écoute client est présenté aux employés.

Oui  Non  Non Mesuré

CRITERE CONFORMITE ECOUTE CLIENT. L'écoute client comprend les questionnaires de satisfaction, les réclamations, les avis clients, etc. Non mesuré possible dans le cas d'une création/reprise récente de l'entreprise. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

#### 172 - Un plan d'action relatif à la démarche qualité est mis en place annuellement.

Oui  Non  Non Mesuré

Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

#### 173 - Si un plan d'actions a été établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent, celui-ci a été complété.

Oui  Non  Non Mesuré

Item noté Non mesuré si adhésion ou si absence de plan d'actions fourni par le Porteur de démarche. Contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 3. Famille Qualité de la prestation

#### 174 - Il y a une identification des besoins de formation et des compétences.

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré possible si moins de 5 employés. L'auditeur interroge le gestionnaire du site sur la gestion des ressources humaines et s'assure que les étapes d'identification des besoins ont bien été prises en considération. Registre des formations et /ou fiches de poste. contrôle documentaire. Rattrapable. Coef 1. Famille Qualité de la prestation

## FNAIM

### La promotion

#### 175 - L'agence est répertoriée sur le site Internet de la FNAIM comme étant une agence spécialisée dans les locations de vacances (Annuaire Agences).

Oui  Non  Non Mesuré

Bonus- Noté Non mesuré si non vérifié Contrôle documentaire Rattrapable. Coef 1. Famille Information Communication

## L'outil de communication

### 176 - Le logo FNAIM est présent sur au moins un support de communication

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

### 177 - Les supports du réseau FNAIM (supports juridiques, conventions de location...) de l'année sont utilisés par l'agence

Oui  Non  Non Mesuré

Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

## Le site internet

### 178 - Si l'agence dispose d'un site internet individuel et/ou page facebook individuelle il existe un lien vers [www.fnaim.fr](http://www.fnaim.fr)

Oui  Non  Non Mesuré

Non mesuré si absence de site internet et/ou si audit d'adhésion. Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

### 179 - Le logo FNAIM est présent visible

Oui  Non  Non Mesuré

L'enseigne est bien visible de la rue, visible jour et nuit Constat visuel Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

## Proposition commerciale

### 180 - Les conditions générales de la convention de location utilisée par l'agence sont conformes à celles de la convention de location saisonnière FNAIM

Oui  Non

Pas de Non mesuré possible. A minima, la réponse personnalisée reprend le nom du client et comprend les coordonnées de l'agence. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

## Suivi du meublé

### 181 - "L'agence s'assure que chaque nouveau logement est classé ou que le bien répond aux critères de la "grille FNAIM sélection logement" préalablement à la prise de mandat."

Oui  Non  Non Mesuré

Posez la question et demander à voir l'avis de classement ou le compte rendu de visite. Constat visuel Non Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM

### 182 - "Les biens en mandat répondent aux critères de la "grille FNAIM sélection logement"."

Oui  Non  Non Mesuré

80% de l'offre est classée lors de l'audit de renouvellement Sur justificatif Contrôle documentaire Non Rattrapable. Coef 3. Famille FNAIM