



Démarche et Marque « Qualité Tourisme »™





La démarche qualité

Les enjeux pour l'OT

- Professionnaliser, optimiser la mission d'accueil et le fonctionnement général
- Améliorer ses performances et son efficacité
- Mettre en place une organisation fonctionnelle fluide
- Travailler dans un processus de progression permanente, d'amélioration continue
- Permettre la traçabilité des actions entreprises
- Transmettre efficacement les savoir faire en interne
- Etre l'exemple pour son territoire et renforcer l'image de l'OT

Et surtout ...

- **Satisfaire pleinement ses clientèles et anticiper leurs besoins : respect de la promesse client**

La démarche qualité



dont des enjeux humains



- Optimiser le temps de travail et la répartition des missions
- Améliorer les conditions de travail
- Faire évoluer le management par une communication interne accrue
- Impliquer toute l'équipe : mobiliser l'intelligence collective
- Former régulièrement tout le personnel
- Transmettre efficacement les savoir-faire aux nouveaux entrants ou remplaçants
- Valoriser les différents métiers et les compétences des salariés, mais aussi leur permettre de s'adapter à des situations nouvelles

La marque qualité tourisme



Les enjeux pour la collectivité locale et les partenaires

- un meilleur service rendu au profit du territoire
- des actions de l'OT mieux valorisées et davantage lisibles
- une nouvelle dynamique collaborative
- un renforcement des liens
- l'ouverture vers une démarche de progrès à l'échelle de la destination
- et un passage obligé pour les stations classées...

La démarche qualité



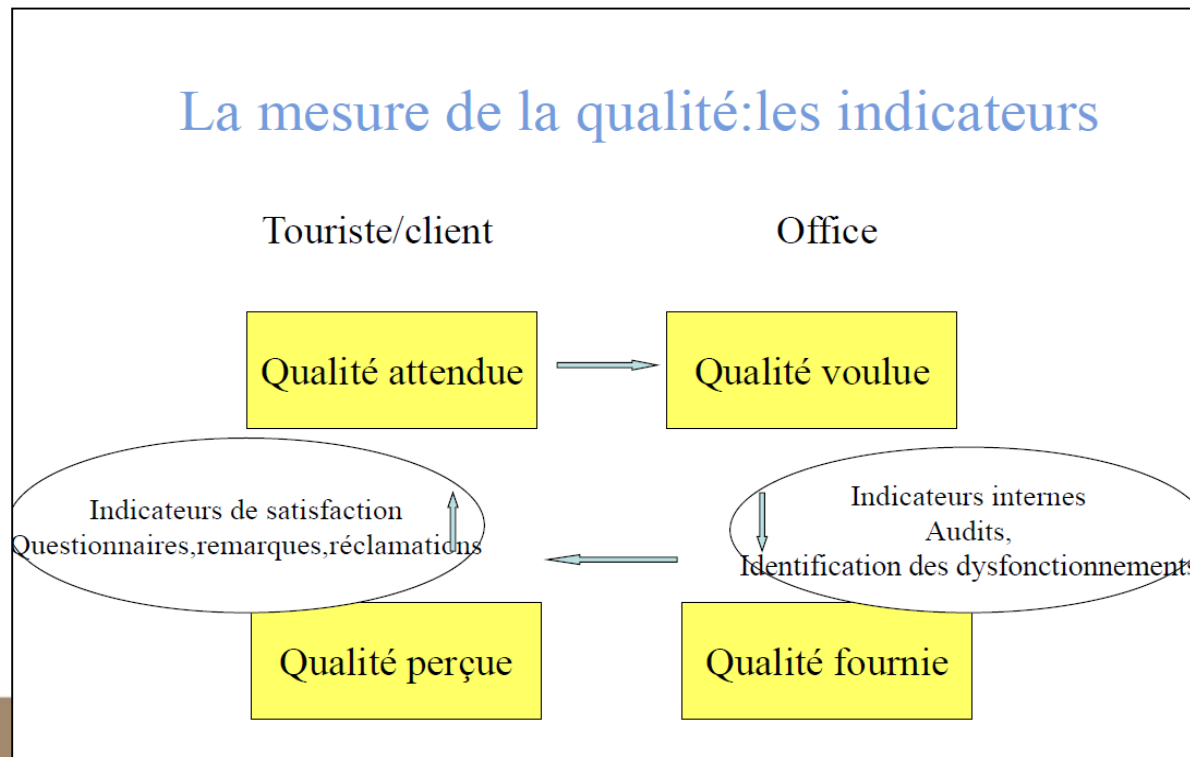
Les grands principes

- Implication/impulsion de la hiérarchie : communication – moyens – stratégie – plan d'actions – politique qualité
- Implication de l'ensemble de l'équipe : projet d'entreprise – adhésion de tous
- Pilotage et contrôle par un ou des référents Qualité – formalisation/procédures
- Dynamique d'évaluation de ses services (auto et par des tiers)
- Communication claire et pertinente de ses engagements
- Orientation clients, donc écoute clients
- Faire coïncider image promue et image perçue
- Contrôle permanent de la qualité perçue, mise en place d'indicateurs, traçabilité de toutes les actions

La démarche qualité

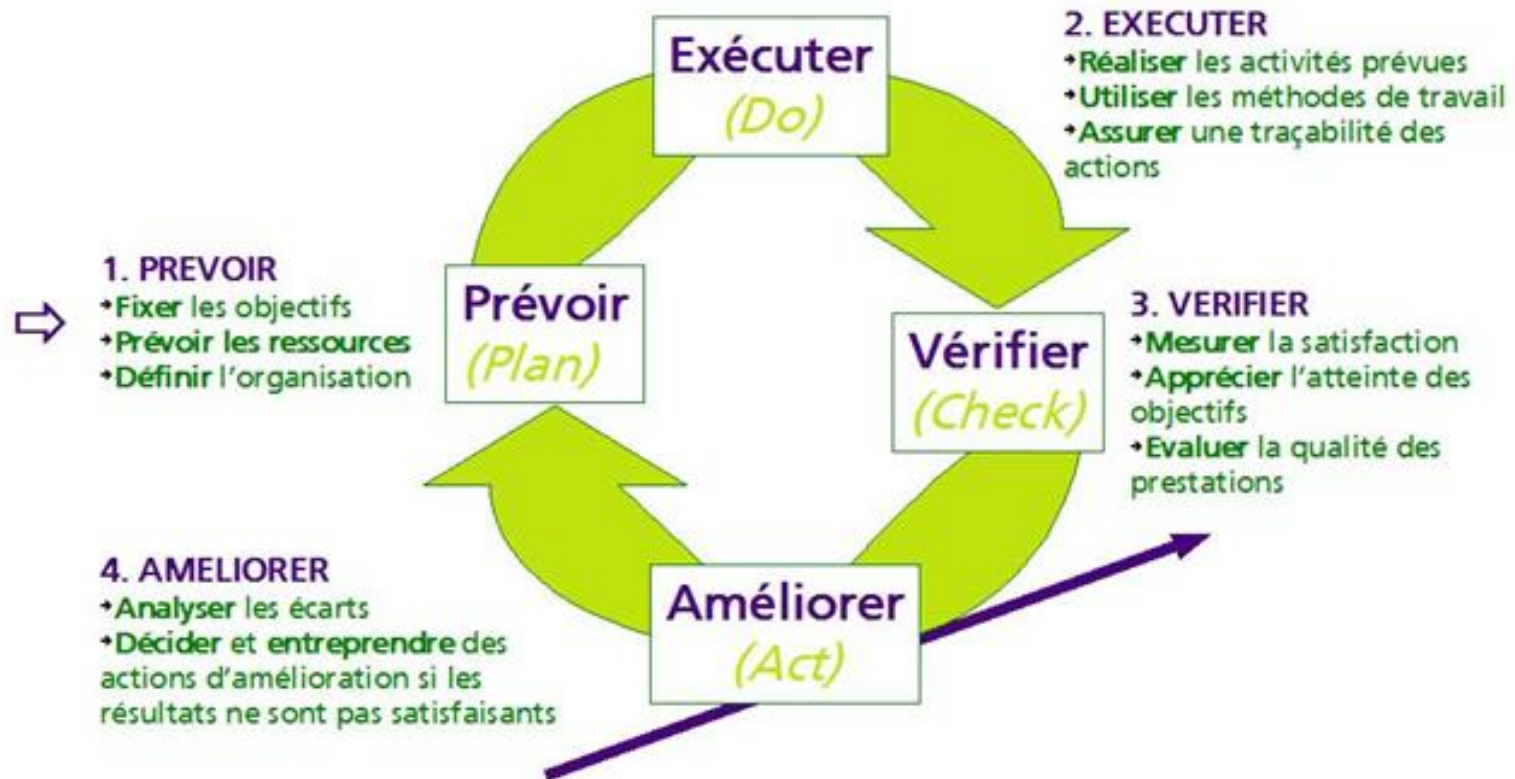
Les grands principes

- Orientation /**écoute clients** afin de satisfaire demandes et exigences, devancer les attentes, collecter remarques et gérer réclamations dans délais précis
- Contrôle permanent de la qualité perçue, mise en place d'**indicateurs**, d'actions correctives et préventives



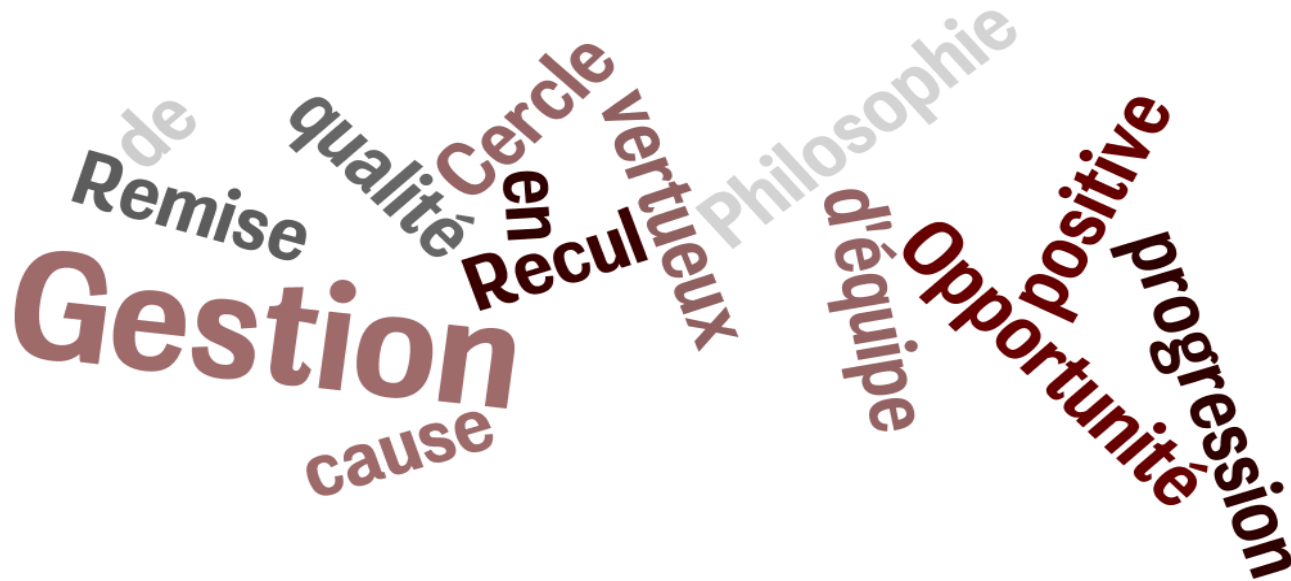
La démarche qualité

Principe de l'amélioration continue



La démarche qualité

La route vers l'excellence



- Quitter sa zone de confort
- Se confronter à l'inconnu
- S'améliorer
- Sortir grandi de ses expériences

La marque qualité tourisme TM

- Concerne tous types d'OT, et les bureaux d'information ouverts plus de 6 mois dans l'année
- Obligatoire pour être classé en catégorie I
- A chacun son rôle :



Hiérarchie	→ impulse la démarche, rédige la politique qualité, pilote le projet et le suit
Référent qualité	→ coordonne, anime et vérifie
Équipe	→ met en place les actions au quotidien
Collectivité	→ soutien technique et financier, engagement écrit
Partenaires	→ collaboration, voire participation active à la démarche globale

La marque qualité tourisme™

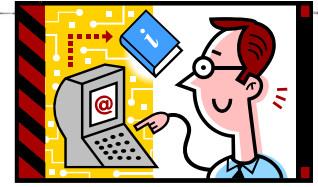
Basée sur le **Référentiel QT™** pour les OT



126 critères à respecter sur **6 chapitres de base**

- 1 - engagements avec la Collectivité
- 2 – engagements en interne
- 3 - Promotion /communication
- 4 et 5– engagements envers les Institutionnels et les socioprofessionnels
- 6 – engagements envers les visiteurs

La marque qualité tourisme



- **Accueil/Visiteur** : accès, aménagement locaux, règles et procédures d'accueil/force de vente, gestion/qualification et diffusion de l'information, organisation des services aux visiteurs, traitement des demandes, des réclamations, accueil des clientèles étrangères, gestion raisonnée des stocks...etc
- Et 80 critères/chapitres supplémentaires selon missions de l'OT : commercialisation, organisation d'animations /évènementiel, et boutique
- Un audit par un auditeur privé agréé tous les 3 ans (entre 1 et 2 jours + audit documentaire en amont – 3 lieux d'accueil maxi audités) – convention de suivi après la Marque obligatoire (OTF/OTB)

La marque qualité tourisme

Une culture et des contraintes à intégrer...

- Un vocabulaire et une formalisation à s'approprier
- Des procédures et des outils spécifiques à mettre en place
- Une équipe à former, motiver et à réunir chaque mois
- Une collectivité à sensibiliser et impliquer
- Un RAQ « trié sur le volet » à nommer
- Une stratégie triennale à définir
- Une organisation à planifier et un plan d'actions annuel avec des indicateurs (activité, qualité et performance) à établir
- Du temps à se dégager pendant en moyenne 2 années, particulièrement pour le RAQ
- Des objectifs raisonnables et adaptés à ses missions à se fixer
- 6 mois de fonctionnement minimum avec tous les outils finalisés, avant l'audit externe
- Et un coût à budgéter...



La marque qualité tourisme



Les avantages

- **Pour les clientèles :**

Services lisibles et garantis de manière pérenne, écoute attentive, objectifs affichés de les satisfaire au mieux et de tenir compte de leurs avis, personnel formé et compétent, pas de rupture dans le niveau de service rendu

- **Pour la collectivité locale et les partenaires :**

Un meilleur service rendu au profit du territoire, une lisibilité des actions de l'OT mieux valorisées, une nouvelle dynamique collaborative, un renforcement des liens, l'ouverture vers une démarche de progrès à l'échelle de la destination

- **Pour l'équipe de l'OT :**

Services optimisés, méthodes de travail et outils mutualisés, informations et outils de management partagés, meilleure communication interne, formation et implication de l'ensemble des salariés, mobilisation et travail d'équipe motivant...



La démarche qualité en Bretagne

La commission qualité régionale oriente les objectifs de la démarche collective régionale et évalue les résultats

OTB coordonne l'organisation générale, élabore et anime les ateliers qualité, monte les dossiers financiers, gère les audits blancs, crée des documents techniques et des modèles (site internet)...

Des accompagnements différents selon les départements

- Gèrent une partie du dispositif régional selon missions et compétences respectives
- Pas d'accompagnement départemental dans le 35 et le 22
- Un accompagnement récent dans le 29

38 OT marqués QT en Bretagne fin 2016
7 dans le 56

