

POLITIQUE QUALITE et PLAN D' ACTIONS 2017 - 2019

L'Office de Tourisme du Grand Villeneuvevois doit définir, adopter, mettre en œuvre et évaluer une politique de qualité.

Les évolutions constantes des attentes de la clientèle et la notoriété du territoire à développer sont d'autant de facteurs qui conduisent l'OTGV à orienter ses efforts sur :

- L'optimisation de son organisation générale
- Le maintien qualitatif de son service d'accueil
- La formation du personnel
- Une communication, une promotion et une commercialisation renforcées
- Une meilleure valorisation des actions de l'OTGV auprès du réseau d'acteurs du tourisme locaux

Notre démarche traduit un objectif de qualité, d'efficacité et une responsabilité par rapport à la nature du tourisme que nous voulons sur notre territoire.

La démarche implique que la qualité soit non seulement affichée mais réellement pratiquée, seul moyen de se garantir une organisation et une efficacité professionnelle qui permettra entre autres de répondre aux exigences du visiteur qui doit avant tout être considéré comme un client , que ses besoins soient implicites, exprimés ou anticipés.

Une réflexion suivie sur le fonctionnement de la structure sera menée avec l'ensemble de l'équipe afin de prendre la mesure de l'importance que revêt la démarche qualité.

Nous appliquons la démarche qualité que nous souhaitons impulser chez les acteurs du tourisme. De même nous nous engageons à développer la satisfaction de nos clients et de nos prestataires en répondant à leurs attentes actuelles et futures en matière d'offre et de qualité de services.

Si le seuil maximum de réussite est fixé à 100%, notre objectif est d'atteindre au minimum un taux global de 80%.

Les orientations et le plan d'actions s'articulent autour de 8 axes majeurs :

1. Amélioration continue e la qualité de l'accueil
2. Le développement de l'activité touristique
3. Promotion/communication
4. Observation touristique
5. Animation du réseau de prestataires
6. Développement des ressources financières
7. Amélioration de l'organisation générale
8. Développement durable

Soit 60 actions pour répondre aux objectifs fixés dans le cadre de la convention.

OBJECTIF 1 : Amélioration continue de la qualité de l'accueil

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
1.1 Maintenir la marque Qualité Tourisme	La marque Qualité Tourisme est renouvelable courant 2017. Un audit aura lieu qui intégrera aussi le volet commercialisation. VB	Réussite de l'audit Maintien de la marque	Automne 2017
1.2 Dispenser des journées de formation à l'accueil	Pour le personnel saisonnier : journée de familiarisation. Pour le personnel permanent : journée de mise à niveau. VB	Fiche de satisfaction pour connaître satisfaction collaborateurs + fiche étonnement	Chaque printemps, au minimum 2 demi-journées.

1.3 Questionnaires satisfaction	Diffuser, collecter et analyser des questionnaires de satisfaction avec - si nécessaire - mise en place des actions rectificatives. VB	Nombre de questionnaires collectés	Toute l'année à dates distinctes
1.4 Sensibiliser les prestataires à la qualité de l'accueil	Organiser des visites de sensibilisation aux classements et aux labels AM VT VB	Nombre de labels obtenus sur le Grand Villeneuvois (pêche, vélo, qualité, sourire 47, tourisme et handicap)	Annuel
1.5 Groupe Qualité de Destination	Mettre en place et réunir le Groupe Qualité de Destination VB	Compte rendus de réunion	2 fois par an
1.6 Accueil et outils numériques	Optimiser l'utilisation des différents outils numériques à disposition de l'accueil GR	Satisfaction client	Annuel
1.7 Eductour équipe	Organiser une journée éductour pour l'intégralité de l'équipe de l'OT VB	Satisfaction collaborateurs	Chaque année au printemps
1.8 Applications numériques	Lister les 3 applications les plus pertinentes à conseiller aux touristes pour mieux se guider + former prestataires à les alimenter LDJ+GR+HD	Satisfaction client	Printemps et automne de chaque année
1.9 En toute liberté Pujols	Mettre en place un système de diffusion du dépliant auprès des commerçants et restaurateurs de Pujols ainsi que la mairie et les différents marchés. JA	Nombre de partenaires distribuant le dépliant + suivi stock	Annuel

OBJECTIF 2 : Œuvrer pour le développement de l'activité touristique

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
2.1 Carte Pass Chez Nous	Améliorer le fonctionnement, l'offre et la diffusion de la Carte Pass afin de développer la consommation touristique sur le territoire VT	Nombre de cartes Pass vendues.	De Pâques à Octobre
2.2 Journée « Découvrez Votre Territoire »	Organiser et améliorer cette journée à destination de la population locale. GR	Nombre de visiteurs lors de cette journée	Au printemps
2.3 Porteurs de projets	Encourager et accompagner les projets de création de nouveaux hébergements touristiques et les projets de nouvelles activités touristiques VT+AM	Nombre de porteurs de projets accompagnés	Annuel
2.4 Sets de table	Elaboration et diffusion de sets de table (promotion sites et/ou activités) auprès des restaurateurs. VT + FL	Nombre de sets de table diffusés	Printemps 2017
2.5 Commerçants	Organisation de visites individuelles auprès des commerçants de Villeneuve centre pour les sensibiliser à l'accueil touristique (plan liasse centre de Villeneuve) VT	Nombre de plans liasse distribués auprès des commerçants	Annuel
2.6 Bourse aux dépliants départementale	Accueillir et organiser la bourse aux dépliants départementale. VT + LDJ	Nombre de participants	Avril 2017
2.7 Activité sur le Lot	Etre force de proposition auprès de la collectivité pour améliorer la visibilité des activités sur le Lot (fléchage et panneauage Cale) VT	Accroissement du nombre de passagers transportés	Printemps 2017

2.8 Applications numériques	Lister les 3 applications les plus pertinentes à conseiller aux hébergeurs pour mieux se vendre. LDJ + AM	Retours des hébergeurs	Printemps et automne de chaque année
2.9 Accueil restaurateurs	Sensibiliser les restaurateurs à la traduction en anglais de leurs menus VT	Nombre de restaurants avec menu traduit	Annuel
2.10 Fiches techniques	Elaborer (avec les socioprofessionnels) des fiches d'information spécifiques à destination de tous les prestataires recevant du public afin de les aider à mieux renseigner le client. Ex. Fiche rivière Lot (données techniques, activités ludiques, pêche, etc...) VT+VB	Retour prestataires	Une fiche par semestre
2.11 Hôteliers	Mise en place d'actions spécifiques permettant de valoriser les hôteliers indépendants. AM	Nombre de nuitées hôtels indépendants	Annuel

OBJECTIF 3 : Promotion/Communication

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
3.1 Documentation touristique	Editer la documentation en 3 langues (français, anglais, néerlandais). Ceci concerne le guide de l'été, le guide touristique et les documents de visite de villes. FL	Bilan d'activité	Annuel
3.2 Diffusion de documentation	Assurer un réapprovisionnement permanent des présentoirs totems, implantés sur le Grand Villeneuvois et en dehors (aires autoroutières) FL	Nombre de documents distribués	Annuel

3.3 Agenda des fêtes et manifestations	Développer le mailing de l'agenda LDJ	Nombre de destinataires	Hebdomadaire
3.4 Magazine numérique	Renouveler le magazine numérique ainsi que sa thématique et assurer la diffusion sur les réseaux sociaux GR	Nombre de vidéos vues sur les réseaux sociaux	Annuel
3.5 Actions presse	Se rapprocher des services presse CRT, CDT et collectivités locales afin de susciter des retombées presse FL	Nombre d'articles parus	Annuel
3.6 Photothèque	Gérer et étoffer la photothèque afin d'en diffuser le contenu auprès de tous les demandeurs. FL	Nombre de demandes de photos traitées	Annuel
3.7 Réseaux sociaux	Assurer une animation dynamique des différents comptes dans les réseaux sociaux (FaceBook, Instagram, etc) en définissant une ligne éditoriale HD	Statistiques des différents comptes	Annuel
3.8 Aéroport de Bergerac	Optimiser les actions de promotion à l'aéroport de Bergerac FL	Bilan d'activité	Annuel
3.9 Carte touristique	Créer une carte touristique du Grand Villeneuvois avec la participation des prestas. VT+VB+FL	Retours utilisateurs	2017
3.10 Site internet	Refonte du site internet tourisme-villeneuvois.fr HD	Bilan d'activité et satisfaction client	2017
3.11 Marketing Territorial	Participer activement au projet de marketing territorial en partenariat avec la CAGV GR + FL	Retours sur les actions pratiques	2017
3.12 Communiqués de presse	Assurer un suivi régulier des communications vis-à-vis de la presse FL	Nombre de communiqués de presse publiés	Annuel

OBJECTIF 4 : Observation touristique

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
4.1 Intégration et traitement des statistiques liés à la taxe de séjour	Suite à la mise en place de la plateforme de Nouveaux Territoires, analyser et intégrer les données et analyses pour calculer au plus près les retombées locales du tourisme. AM	Bilan d'activité	Janvier-février de chaque année
4.2 Dégager de nos données une étude spécifique du profil de notre clientèle	Utiliser les statistiques pour élaborer une étude fine de notre clientèle. VB	Statistiques de fréquentation	Janvier de chaque année
4.3 Diagnostic ciblé clientèles	Etude statistique sur le comportement des clients (hébergement) du Grand Villeneuvois AM	Nombre d'hébergeurs participants	Mai à octobre 2017

OBJECTIF 5 : Animer le réseau des prestataires touristiques

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
5.1 Réunir les prestataires à l'occasion du lancement de saison	Proposer aux socioprofessionnels une réunion d'avant-saison afin de leur présenter les nouveautés, animations, etc Equipe	Nombre de participants	Juin de chaque année
5.2 Guide du partenariat	Refonte du guide avec amélioration de l'offre et amélioration de la page partenaires sur le site internet FL + HD	Nombre d'engagements partenaires	En début de chaque année

5.3 Pochettes d'accueil	Diffuser des pochettes d'accueil contenant les éditions de l'OTGV à destination des clients de tous les hébergements touristiques et aux invités d'honneur des collectivités et de l'OTGV, dans le cadre de manifestations ou événementiels. AM+VB	Nombre de pochettes distribuées	Printemps de chaque année
5.4 Poursuivre l'animation numérique de territoire	Animer un réseau de prestataires pour les accompagner dans leur démarche numérique HD	Nombre de prestataires accompagnés	Annuel
5.5 Renforcer les liens entre hébergeurs	Organiser un éducteur spécial gîtes et chambres d'hôtes afin de développer la cohésion entre les prestataires et améliorer leurs connaissances sur l'offre touristique locale AM	Nombre de participants	Au printemps et annuel
5.6 Présentation des magazines numériques et papier	Réunir tous les prestataires et membres du CODIR autour de la présentation des magazines numériques et papier afin de développer la cohésion entre les prestataires et améliorer leurs connaissances sur l'offre touristique locale. GR	Nombre de participants	1 fois par an à commencer par février 2017
5.7 Renforcement de la communication auprès de nos socioprofessionnels	Elaborer et diffuser une newsletter FL	Nombre d'ouverture de la newsletter	Chaque trimestre

OBJECTIF 6 : Développer la commercialisation et les ressources financières

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
6.1 Réceptif groupes	Accroître l'activité du service groupes FM	Nombre de prestations groupes vendu	Annuel

6.2 Boutique	Recherche de produits en lien avec l'image du territoire afin de développer de nouvelles ressources financières KM	Chiffre d'affaires boutique	Annuel
6.3 Régie publicitaire	Poursuivre le développement de la régie pub avec la mise en place de packs FL	Chiffre d'affaire régie pub	Annuel
6.4 Taxe de séjour	Animation et suivi de la collecte de la taxe de séjour AM	Montant de la taxe de séjour reversée	Annuel
6.5 Service Billetterie	Optimiser le fonctionnement et la rentabilité de la billetterie FM+KM	Bénéfice de la billetterie	Annuel

OBJECTIF 7 : Améliorer l'organisation générale

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
7.1 Démarche Qualité	Réactualiser les supports qualité chaque année VB	Manuel Qualité	Premier semestre de chaque année
7.2 Documents internes	Rendre les documents d'organisation interne plus ludiques et agréables à consulter VB+HD	Retour collaborateurs	Annuel
7.3 Outils numériques internes	Mise à plat du fonctionnement numérique interne afin de l'optimiser. Harmoniser l'utilisation des différents logiciels et outils numériques. FM	Retour collaborateurs	2017

OBJECTIF 8 : Développement durable

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
8.1 S'inscrire dans une démarche de développement durable	Sensibilisation interne avec charte eco-gestes à mettre en place VB	Bilan d'action	Annuel

Le Camping Lot et Bastides est géré par l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois dont il est un établissement secondaire. Au-delà de la gestion quotidienne de la structure ouverte au public 7 mois de l'année, les orientations et plan d'actions se concentreront sur 5 objectifs.

1. Améliorer la qualité de l'accueil
2. Développer l'activité
3. Promotion/Communication
4. Traitement des statistiques
5. Développement durable



OBJECTIF 1 : Amélioration continue de la qualité de l'accueil

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
1.1 Construction 2 ^e bloc sanitaire	Suivre les travaux du 2 ^e bloc sanitaire AR	Délai fin des travaux respecté	Printemps 2017
1.2 Labels	Obtenir le label Vélo et Pêche suite à la mise en place du 2 ^e bloc sanitaire AR+AMR	Bilan d'activité	Année 2017

1.3 Renouvellement classement	Réussir le renouvellement du classement 3 étoiles ou l'obtention du classement 4 étoiles AR+AMR	Obtention du classement	2018
-------------------------------	--	-------------------------	------

OBJECTIF 2 : Œuvrer pour le développement de l'activité

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
2.1 Continuer à augmenter le nombre de nuitées et le chiffre d'affaire global	Rechercher de nouvelles clientèles pour le hors saison AR+AMR	Chiffre d'affaire	Annuel
2.2 Boutique	Améliorer et développer l'activité boutique AR+AMR	Chiffre d'affaire et bénéfice	Annuel

OBJECTIF 3 : Promotion / Communication

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
3.1 Renouveler dépliant	Refonte totale du document d'appel du camping HD	Retours clients	Printemps 2017

OBJECTIF 4 : Veille et statistiques

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
4.1 Intégration et traitement des statistiques	Analyser et intégrer les données du site internet dans le but de mieux cibler la clientèle. AR	Bilan d'activité	Janvier-février de chaque année
4.2 Dégager de nos données une étude spécifique du profil de notre clientèle	Utiliser les statistiques d'activités pour élaborer une étude fine de notre clientèle et ainsi déterminer au mieux le plan de communication. AR + MF	Statistiques d'activité	Janvier de chaque année

OBJECTIF 5 : Développement durable

ACTION	Descriptif et personne en charge	Indicateurs	Echéance
5.1 S'inscrire dans une démarche de développement durable	Sensibilisation interne (charte eco-gestes à mettre en place) AMR	Bilan d'action	Annuel