



MANUEL QUALITE

OFFICE DE TOURISME
LOIRE LAYON AUBANCE

Bienvenue dans le vignoble angevin

SOMMAIRE



05

ENGAGEMENTS ENVERS LA COLLECTIVITÉ

Présentation globale de l'OTiLLA
Présentation de l'équipe
Présentation des locaux



07

ENGAGEMENTS INTERNES

Politique stratégique et qualité
Gestion financière
Ressources humaines
Développement durable
Indicateurs d'activité
Indicateurs qualité et e-réputation



11

ENGAGEMENTS LIÉS À LA PROMOTION

Stratégie de promotion
Site internet
Réseaux sociaux
Newsletter
Charte graphique
Éditions
Promotion de la Marque Qualité Tourisme



13

ENGAGEMENTS ENVERS LES RESEAUX INSTITUTIONNELS DU TOURISME

Réseaux
Gestion de l'information

SOMMAIRE



14

ENGAGEMENTS ENVERS LES SOCIO-PROFESSIONNELS

- Services aux partenaires
- Diffusion de la documentation
- Communication
- Actions communes
- Accompagnement des porteurs de projets



15

ENGAGEMENTS ENVERS LES VISITEURS

- Accès et aménagement des locaux
- Accueil physique
- Accueil téléphonique
- Gestion du courrier, des mails et du chat
- Clientèles étrangères
- Tourisme pour tous
- Tourisme durable



18

SERVICES COMPLÉMENTAIRES

- Boutique
- Billetterie



19

SERVICE COMMERCIALISATION

- Séjours

ABREVIATIONS UTILISEES

OTiLLA : Office de Tourisme Intercommunal

Loire Layon Aubance

CCLLA : Communauté de Communes Loire

Layon Aubance

OT : Offices de Tourisme

SDT : Schéma de Développement Touristique

CA : Conseil d'Administration

CS : Conseiller en Séjour

MAQ : Manuel Qualité

PRO : Procédure

MOD : Modèle

MO : Mode Opérateur

REV : Révision

MQT : Marque Qualité Tourisme



DOCUMENT DE REFERENCE, OBJET ET DOMAINE DE REFERENCE

Ce Manuel Qualité a pour objet de présenter l'organisation mise en place pour assurer la qualité de l'accueil des visiteurs et des services de l'Office de Tourisme Intercommunal Loire Layon Aubance (OTiLLA), situé Place de l'Hôtel de Ville à Chalonnes-sur-Loire et à l'antenne située 8, Place de la République à Brissac-Quincé, Brissac Loire Aubance.

Le document de référence est le Référentiel qualité Offices de Tourisme de France dans le cadre de l'obtention de la Marque Qualité Tourisme (MQT).

La boutique et la commercialisation sont incluses dans le périmètre d'audit.

La gestion de l'ensemble des documents qualité est détaillée dans un document précisant les responsabilités, l'évolution, la diffusion, l'archivage et la mise à jour du MAQ et du système documentaire.



PRO 22 : Gestion du système documentaire et du MAQ
Annexe 14 : Liste des documents qualité applicables

ENGAGEMENTS ENVERS LA COLLECTIVITÉ

PRÉSENTATION GLOBALE DE L'OTILLA

L'OTiLLA est une association loi 1901, issue de la fusion en mars 2018 de l'OT Brissac-Loire Aubance et de l'OT Loire Layon. Elle est déclarée en Préfecture de Maine-et-Loire et reconnue comme OT de catégorie II. Son territoire de compétence est la CCLLA avec laquelle elle est liée par une convention d'objectifs et de moyens.

Son siège social, ouvert toute l'année (6 jours / 7 et tous les jours en été) est situé à Chalonnes-sur-Loire. Une antenne est ouverte 8 mois par an à Brissac-Quincé, Brissac Loire Aubance. 4 bornes interactives réparties sur le territoire et fonctionnant 24h/24 viennent compléter ce dispositif d'accueil.

Un Schéma de Développement Touristique a été voté par la CCLLA et définit les axes de développement touristique pour la période 2019-2024. Certains axes de travail sont mis en oeuvre par l'OTiLLA, conjointement au service tourisme de la CCLLA.

Annexe 01 : Statuts de l'OTiLLA
 Annexe 02 : Convention OTiLLA / CCLLA
 Annexe 03 : SDT 2019 - 2024 CCLLA
 Annexe 04 : Arrêté de classement Catégorie II

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

L'équipe regroupe 8 permanents, dont 2 à temps partiel et 3 saisonniers en été.

L'équipe de permanents est composée de :

- 1 directeur
- 1 adjointe de direction
- 3 responsables de pôles :
 - > accueil, billetteries, boutiques
 - > oenotourisme et évènementiels
 - > promotion, communication
- 2 conseillères en séjour dont 1 assistante communication et commercialisation
- 1 agent d'entretien

Le personnel d'accueil est bilingue ou trilingue.

Le Conseil d'Administration est composé de 21 membres répartis en 3 collèges : 1 collège d'élus nommés par la CCLLA, 1 collège de socio-professionnels et 1 collège de membres experts, ces deux derniers étant élus en Assemblée Générale annuelle. Des groupes de travail thématiques associant d'autres bénévoles sont constitués, pour travailler sur des projets.

Annexe 07 : Organigramme
 Annexe 08 : Liste membres CA et bureau
 Annexe 09 : Liste membres groupes de travail
 Annexe 12 A : Règlement intérieur général
 Annexe 12 B : Règlement intérieur équipe

PRÉSENTATION DES LOCAUX

Le siège de l'OTiLLA, situé sur un seul niveau, est agencé de la manière suivante :

- 1 espace d'accueil équipé de 2 postes informatiques, 2 postes téléphoniques, de présentoirs avec de la documentation en libre service et 1 écran diffusant des photos et informations sur le territoire
- 1 espace détente composé de tables et chaises pour consulter la documentation, utiliser le wifi, recharger des batteries d'appareils numériques et vélos électriques
- 1 espace boutique / souvenirs
- 1 espace accueillant des expositions temporaires : la P'tite galerie
- 2 bureaux pouvant accueillir 5 collaborateurs
- 1 espace cuisine pour le personnel
- des toilettes réservées au personnel
- 1 lieu de stockage



L'antenne de l'OTiLLA, située sur 4 niveaux est composée de :

- en rez-de-chaussée :
 - > 1 espace d'accueil disposant de présentoirs avec de la documentation en libre service et 1 écran diffusant des informations sur le territoire
 - > 1 espace boutique / souvenirs avec possibilité de s'asseoir pour consulter la documentation, utiliser le wifi, recharger des batteries d'appareils numériques et vélos électriques et disposant d'1 écran diffusant des photos sur le territoire
- 1 bureau pouvant accueillir 2 collaborateurs
- au 1er étage : 1 espace accueillant des expositions temporaires la Galerie de l'Aubance
- au 2ème étage :
 - > 1 espace cuisine pour le personnel
 - > 1 lieu de stockage
- au sous-sol :
 - > des toilettes réservées au personnel
 - > 1 lieu de stockage
 - > 1 cave viticole



Le personnel amené à travailler dans les deux lieux d'accueil dispose d'ordinateurs portables et téléphones portables pour mener à bien ses missions. L'ensemble des ordinateurs est relié au réseau informatique interne.

ENGAGEMENTS INTERNES

POLITIQUE STRATÉGIQUE ET QUALITÉ

Afin de proposer un accueil et des services performants, l'OTiLLA s'est engagé depuis 2010 dans la démarche Qualité Tourisme et a obtenu la marque en mai 2011 (OT Brissac Loire Aubance). Le développement de la qualité des actions menées par l'OT est l'un des axes de notre stratégie touristique.

L'objectif de cet axe transversal est, conformément à la politique qualité définie, de concevoir et de mettre en œuvre nos actions auprès des clientèles touristiques, de nos partenaires socio-professionnels, institutionnels du tourisme et des collectivités de façon à les satisfaire. Le client : visiteur, touriste, habitant, élu, prestataire, est ainsi au centre de nos préoccupations.

Pour cela l'OT s'engage à :

- Définir avec ses partenaires et leur transmettre sa stratégie et ses objectifs, sa politique qualité, plans d'actions ainsi que ses bilans annuels, évaluer ses actions et leur impact économique sur le territoire
- Faire de la qualité un outil d'amélioration et de management des services, en continuant l'animation quotidienne de la démarche par la Référente Qualité Olivia MOUSSEAU, Adjointe de direction de l'OTiLLA. Un groupe de travail réunissant des élus et socioprofessionnels du territoire intéressés par la démarche se réunira à minima deux fois par an sur ce sujet transversal

- Gérer les ressources humaines, proposer régulièrement au personnel de se former et lui donner les moyens matériels de réaliser ses missions, à intégrer le personnel non permanent ou nouvel entrant, à mettre en place une communication interne efficace
- Assurer la qualité des services par le respect des procédures de la démarche qualité de l'ensemble de l'équipe, la collecte et l'analyse des indicateurs qualité, ainsi que la mise en place et le suivi d'éventuelles actions correctives
- Faciliter l'accès à l'information à l'OT et dans les hébergements et les autres sites du territoire (sites de visites, restaurants, domaines viticoles...)
- Assurer un accueil téléphonique, numérique et physique efficace et courtois
- Proposer des services complémentaires à l'accueil et à l'information touristique : billetterie, boutique...
- Améliorer en permanence le service accueil à partir des indicateurs qualité mis en place
- Structurer l'OT et l'engager dans une démarche de progrès, source de dynamique interne et de plus grande performance économique
- Travailler avec ses partenaires à développer en permanence la qualité d'accueil et des services sur le territoire

POLITIQUE STRATÉGIQUE ET QUALITÉ

- Définir la politique de diffusion de la documentation touristique des prestataires de l'OT dans les accueils

- Accompagner les partenaires pour les aider à intégrer une démarche de labellisation : les orienter vers les structures concernées

L'objectif in fine est le développement des retombées économiques sur le territoire, par l'application d'une stratégie marketing et par l'amélioration de l'écoute clientèle avec la mise en place d'enquêtes de satisfaction couplées à une démarche globale d'évaluation.

L'OT s'attache à mettre en œuvre une politique qualité visant à la satisfaction de l'ensemble de ses clients visiteurs, partenaires et interlocuteurs :

> la clientèle touristique : en poursuivant les objectifs préalablement définis et en améliorant l'écoute client.

> les socioprofessionnels : en leur facilitant l'accès à l'information de l'OT, en leur mettant à disposition des outils performants pour faciliter la promotion de leur établissement et plus généralement de la destination.

> les collectivités : en mettant en œuvre une stratégie de développement et de communication afin d'accroître la notoriété de la destination et par là même augmenter les retombées économiques du tourisme.

> la population locale : en favorisant l'accès à l'information sur les spectacles et loisirs sur le territoire, en apportant des services liés à la découverte touristique.

Cette politique est déclinée dans un plan d'actions, élaboré en lien avec le SDT de la CCLLA. Elle est transmise à l'ensemble du personnel et du Conseil d'Administration.



Annexe 05 : Plan d'actions OTiLLA 2019-2020

GESTION FINANCIÈRE

L'OTiLLA élabore un budget prévisionnel chaque année et s'est doté d'un tableau permettant de suivre la consommation de chaque ligne budgétaire. Le remboursement des frais du personnel et des bénévoles fait l'objet d'une procédure spécifique.



PRO 13 : Remboursement frais

PRO 14 : Gestion comptable

Annexe 11 A : Règlement intérieur général

Annexe 11 B : Règlement intérieur équipe salariés



RESSOURCES HUMAINES

RECRUTEMENT

Les modalités de recrutement au sein de l'OTiLLA sont définies dans un document répertoriant la définition du poste, la publication éventuelle d'une annonce, les modalités propres aux saisonniers ou aux stagiaires.

La Direction et le (la) Président (e) organise tous les ans en décembre des entretiens individuels avec le personnel permanent pour un bilan professionnel sur l'année écoulée et à venir, et tous les deux ans un entretien axé sur la formation. Des points trimestriels avec chaque responsable de pôle sont également mis en place pour évaluer l'avancée des missions individuelles en lien avec le plan d'actions. Les résultats sont consignés dans un tableau de suivi des indicateurs.

PRO 21 : Recrutement et formation
 MOD 306 A : Guide entretien individuel
 MOD 306 B : Support entretien annuel d'évaluation
 MOD 306 C : Guide entretien formation
 MOD 310 - Suivi indicateurs plan d'actions

INTEGRATION NOUVEAUX ENTRANTS

A son arrivée, un manuel du nouvel entrant est remis au personnel intégrant l'équipe, ainsi qu'une documentation touristique complète et le rapport d'activité de l'OT. Le nouvel entrant reçoit une formation interne de 3 jours, à l'issue de laquelle est réalisée une évaluation des acquis.

Annexe 11 : Manuel du nouvel entrant
 PRO 21 : Recrutement et formation

FORMATION

Suite aux entretiens annuels, la Direction étudie les possibilités de formations qui seront mises en oeuvre. Un enregistrement individuel de formation et visites terrain est établi pour chaque salarié.

PRO 21 : Recrutement et formation

COMMUNICATION INTERNE ET ORGANISATION DE TRAVAIL

Un cahier de liaison est partagé sur Google Drive. Il permet d'échanger des informations liées à l'accueil et à l'organisation interne.

Des réunions d'équipe sont programmées chaque mois en basse saison et autant que possible en haute saison. Elles permettent d'échanger sur les dossiers en cours et de recueillir les suggestions du personnel. Au moins l'une d'entre elles est consacrée à une présentation de la saison, une pour le bilan de saison et une sur la démarche qualité (fonctionnement et bilan écoute client). Un compte-rendu est rédigé par la Direction et transmis à chacun.

Afin d'organiser les présences de chaque salarié, un planning de travail est élaboré 3 fois par an. Les congés payés et récupérations sont consignés dans des tableaux de suivis.

MOD 100 : Cahier de liaison
 PRO 16 : Planning de présence

DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'OTiLLA est engagé dans une démarche éco-responsable impliquant la mise en place d'actions pour minimiser les impacts environnementaux. Des recommandations en termes d'économies d'énergies, d'achats et de comportements responsables sont décrites dans une procédure et mises en application par le personnel au quotidien.



PRO 12 : Gestion écologique

INDICATEURS D'ACTIVITÉ

L'OT suit son activité, mois par mois, au moyen d'un tableau reprenant ses principales missions. Chaque année, un rapport d'activité est remis à l'ensemble des élus du Conseil d'Administration, des prestataires touristiques et du personnel lors de l'Assemblée Générale. Une part importante est consacrée aux statistiques, notamment les clientèles qui fréquentent l'OT.



Annexe 06 : Rapport d'activité 2018
MOD 108 : Suivi indicateurs OT



INDICATEURS QUALITÉ ET E-RÉPUTATION

L'OT a développé plusieurs moyens de collecte de la satisfaction clients :

- un questionnaire de satisfaction traduit en anglais est remis au comptoir ou en libre-service. Il permet en même temps de recueillir les suggestions
- une fiche de réclamation est à disposition avec une procédure de gestion permettant d'en assurer le suivi
- les remarques orales et dysfonctionnements internes sont indiqués dans le cahier de liaison
- un questionnaire de satisfaction en ligne est envoyé chaque semaine aux prospects ayant demandé un envoi d'informations ou brochures.

L'OT suit les avis de ses clients et y répond, de manière constructive, sur les sites Tripadvisor et Google, et sur les réseaux sociaux sur lesquels il est présent.

L'ensemble des données collectées est repris dans les bilans qualité et alimente les réunions du groupe de travail qualité, qui se réunit 1 fois par an. Il est composé :

- du (de la) Président(e) de l'OT,
- du (de la) responsable du groupe de travail,
- du (de la) responsable qualité de l'OT
- de personnes ressources (élus et prestataires touristiques) choisis selon leurs compétences et aptitudes à mettre en place des actions d'amélioration.



PRO 07 : Gestion des réclamations
MOD 100 : cahier de remarques / incidents
MOD 203 A et B et MOD 204 : Questionnaires de satisfaction
MOD 206 : Compte-rendu GT qualité
MOD 207 : Bilan qualité

ENGAGEMENTS LIÉS A LA PROMOTION

STRATÉGIE DE PROMOTION

L'OTiLLA conçoit et met en oeuvre une stratégie de promotion sur tous ses supports, déclinée dans le plan d'actions annuel. Elle prend en compte les actions de partenariat avec le département et les destinations touristiques voisines en vue de mutualiser les moyens et d'augmenter la visibilité.

Annexe 05 : plan d'actions

SITE INTERNET

L'OTiLLA est doté d'un site internet de séduction, consultable sur tous supports et partiellement traduit en anglais. Il sert à préparer le séjour, trouver des informations précises sur place et partager son expérience au retour, grâce aux avis en ligne.

Il est alimenté en partie par le logiciel Tourinsoft et est administré en interne, via un backoffice. L'actualisation est faite en permanence, selon les besoins.

MO 102 : Backoffice site internet

RÉSEAUX SOCIAUX

L'OTiLLA possède des comptes sur plusieurs réseaux sociaux définis comme prioritaires dans sa stratégie de communication :

- Facebook
- Instagramm
- Twitter

Il existe un processus définissant les modalités de contenus et la fréquence de publication des informations.

Les demandes d'informations effectuées via les réseaux sociaux sont traitées au même titre que les demandes par courrier, mail ou chat.

PRO 23 CHA : Stratégie digitale Chalonnais

NEWSLETTER

Une newsletter "grand public" regroupant les actualités et manifestations à venir est envoyée chaque semaine, avant le week-end. C'est le logiciel Tourinsoft qui est utilisé pour l'envoi.

La liste de diffusion est composée des prospects de l'OT, ainsi que les prestataires touristiques du territoire.

CHARTRE GRAPHIQUE

L'OTiLLA dispose d'un logo appliqué à l'ensemble de ses supports. Une cohérence visuelle est appliquée sur les deux principales brochures éditées par l'OT : le magazine et la carte touristique.

L'OTiLLA participe au groupe de travail de la CCLLA pour déterminer une marque de territoire qui aboutira, entre autres, sur une charte graphique. Cette charte sera progressivement déclinée sur les supports de communication de l'OT.



MOD 101 : Feuille à en-tête



ÉDITIONS TOURISTIQUES

L'OTiLLA édite tous les ans en mars un magazine et un guide touristique, partiellement traduits en anglais. Le magazine présente l'offre touristique du territoire et les prestataires partenaires de l'OT. La carte présente la géographie touristique du territoire et une liste simple des partenaires de l'OT.

Des brochures thématiques sont éditées pendant l'année, en fonction des demandes des clients et de la stratégie de promotion (Journées du Patrimoine, trails, camping-cars...).

Les stocks des brochures éditées par l'OT sont gérées via le logiciel Tourinsoft.



PRO 04 : Gestion Tourinsoft

PROMOTION DE LA MQT

L'OTiLLA communique sur son engagement dans la MQT dans les espaces accueil, sur le site internet et le magazine touristique. En fonction de l'actualité liée à la démarche qualité à l'OT, des articles peuvent également être consacrés à ce sujet dans le rapport d'activité annuel et la newsletter pour les socio-professionnels.

Les prestataires Qualité Tourisme sont identifiés parmi l'offre du territoire au moyen du logo officiel. L'OT sensibilise les socio-professionnels aux démarches qualité de leurs filières lors de réunions ou de visites terrain, en partenariat avec Anjou Tourisme.

ENGAGEMENTS ENVERS LES RÉSEAUX INSTITUTIONNELS DU TOURISME

RÉSEAUX

L'OTiLLA adhère au réseau des OT au niveau national (OT de France), régional (Fédération Régionale) et départemental (Anjou Tourisme, collège des OT).

L'OT participe aux groupes de travail organisés par Anjou Tourisme (oenotourisme, place de marché, E-sprit...) avec lequel il travaille en étroite collaboration sur des thématiques en lien avec son territoire (tourisme itinérant, accessibilité, communication...). L'OT a également adhéré à la marque partagée Anjou, déclinée sur ses supports de communication.

L'OT travaille en partenariat avec les OT voisins (Osez Mauges, Destination Angers) sur des opérations de promotion communes.

Il participe aux campagnes d'enquêtes de fréquentation touristique au niveau départemental, régional et national, au travers de l'observatoire.

PRO 19 : Observatoire

GESTION DE L'INFORMATION

L'OTiLLA gère la diffusion de la documentation touristique éditée par lui-même ou par le département, auprès de ses prestataires.

Il est également co-producteur Tourinsoft pour le territoire de la CCLLA. A ce titre, il est en charge de la mise à jour des informations.

Tourinsoft est la base de données principale utilisée par le personnel d'accueil pour répondre aux demandes des clients, alimenter le site internet et fournir le contenu du magazine touristique.

Cette base est complétée par différents outils :

- le livret d'accueil qui rassemble les réponses aux questions récurrentes des visiteurs
- la revue de presse quotidienne
- le cahier de liaison qui permet d'indiquer des informations actualisées (prestataires, fêtes et manifestations...)

PRO 04 : Gestion de Tourinsoft
 PRO 08 : Revue de presse
 PRO 15 : Gestion de la documentation
 MOD 100 : Cahier de liaison

ENGAGEMENTS ENVERS LES SOCIO-PROFESSIONNELS

SERVICES AUX PARTENAIRES

Les avantages et services aux partenaires et les tarifs associés sont identifiés dans le guide du partenariat envoyé chaque année aux prestataires touristiques.

Une fois par an, l'OT recueille leur satisfaction lors d'une enquête en fin de saison et adapte les packs de services et ses actions en fonction des suggestions exprimées.

Annexe 10 : Guide du partenaire 2020

DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION

L'OTiLLA diffuse régulièrement sa documentation aux prestataires du territoire et des environs par plusieurs biais :

- le personnel et les membres du bureau de l'OT rencontrent en avant-saison les professionnels afin de consolider également les relations de travail
- une bourse d'échange des brochures est programmée en avant-saison

PRO 15 : Gestion de la documentation

COMMUNICATION

L'OT communique avec les socio-professionnels de son territoire au travers :

- du Conseil d'administration de l'OT composé notamment d'un collège de prestataires
- des groupes de travail de l'OT
- d'une lettre d'information spécifique
- de publications dans les bulletins municipaux et intercommunaux

ACTIONS COMMUNES

L'OTiLLA entretient des relations étroites avec les prestataires grâce à :

- la commercialisation (séjours et billetterie)
- les visites sur le terrain
- l'organisation d'éductours
- la mise de place de réunions ou ateliers de sensibilisation à des thématiques précises
- les actions de promotion (salons...)
- les accueils de presse

ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS

L'OTiLLA conseille les porteurs de projets et les redirige vers des organismes ressources dans le département.

PRO 18 : Accueil porteurs de projets et nouveaux prestataires

ENGAGEMENTS ENVERS LES VISITEURS

ACCÈS À L'OTILLA

L'OTiLLA est positionné dans des endroits stratégiques dans les deux communes où il se situe :

- à Chalonnes-sur-Loire : sur la place centrale, où se tient également le marché. Le bâtiment est moderne et spacieux.
- à Brissac-Quincé : entre le château et la place du marché. C'est un bâtiment de caractère, composé de matériaux de la région.

L'OTiLLA est indiqué aux différentes entrées des villages, grâce à une signalétique routière spécifique, qui permet également un repérage pour les piétons. Les enseignes sont apposées sur les façades.

Dans les deux accueils, les abords sont entretenus régulièrement et facilitent l'accès à tous les publics.



AMÉNAGEMENT DES LOCAUX

Les locaux sont propres, accueillants et organisés pour permettre aux visiteurs de découvrir les richesses touristiques du secteur, se détendre et profiter de services offerts par l'OT. Les différents espaces sont bien identifiés. Il existe un aménagement pour permettre aux visiteurs de patienter, si besoin.

Certaines brochures sont en libre-service, présentées par thématiques et associées à des pictogrammes pour les visualiser facilement.

Plusieurs informations sont visibles de l'extérieur et mises à jour :

- les jours et horaires d'ouverture et les numéros d'urgence, traduits en anglais.
- les langues parlées à l'accueil et les moyens de paiement
- les affiches des manifestations
- en saison : les disponibilités des hébergements à la nuitée et la météo.

Il existe une borne interactive devant chaque accueil, qui permet de diffuser l'information touristique 24h/24.

PRO 01 CHA : Ouverture fermeture des locaux Chalonnes
PRO 02 BRI : Ouverture fermeture des locaux Brissac

ACCUEIL PHYSIQUE

ACCUEIL AU COMPTOIR

Le personnel d'accueil porte un badge indiquant son prénom, sa fonction, les langues parlées et s'il est en formation. Une note de comportement, décrit l'attitude et la présentation à avoir vis-à-vis des visiteurs. Le personnel d'accueil fait preuve d'amabilité et accueille chaleureusement quel que soient les circonstances. Un visiteur ne repart jamais de l'OTiLLA sans avoir été contacté.

Tout est mis en oeuvre pour répondre à la demande et assurer un accueil de qualité, en s'adaptant à tous les types de clientèles.

L'ensemble des demandes au comptoir est enregistré dans le logiciel Tourinsoft.

PRO 02 : Accueil comptoir
PRO 04 : Gestion de Tourinsoft
Annexe 11 : Manuel du nouvel entrant

ACCUEIL HORS LES MURS

L'OTiLLA développe une politique d'accueil en mobilité afin de toucher une clientèle plus large. L'objectif est de mieux diffuser l'information touristique auprès de visiteurs n'ayant pas le réflexe d'entrer à l'OT. Les lieux sont définis selon leur pertinence en termes de fréquentation, de clientèles et de positionnement géographique. Ils viennent en complément des points d'accueil déjà existants. Le personnel assure un accueil de qualité comparable à celui au comptoir.

PRO 20 : Accueil hors les murs

ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

L'accueil téléphonique de l'OTiLLA est centralisé sur le site de Chalonnes-sur-Loire. Ce service est de qualité comparable à celui effectué au comptoir.

De mai à septembre, l'accueil téléphonique est séparé de l'accueil physique en désignant l'accueil 2 comme répondant en priorité aux appels. En cas de recherche trop longue ou de forte affluence, l'OT propose au correspondant de le rappeler ou de lui adresser les informations par écrit.

Les messages du répondeur informent le visiteur des horaires d'ouverture. Ils sont traduits en anglais. Lorsque l'OT est ouvert, il existe un message de pré-décroché et un message d'attente permettant d'assurer un accueil de qualité. Si le personnel d'accueil est déjà en communication, l'interlocuteur en est informé et il lui est proposé de laisser un message qui est traité au plus vite.

L'ensemble des demandes par téléphone est enregistré dans le logiciel Tourinsoft.

PRO 03 CHA : Accueil téléphonique Chalonnes
PRO 04 : Gestion de Tourinsoft



GESTION DU COURRIER, DES MAILS ET DU CHAT

La boîte mail pour l'accueil de l'OTiLLA est centralisée sur le site de Chalonnes sur Loire, ainsi que le courrier postal et le chat en ligne.

Les mails entrants sont consultés au minimum 2 fois par jour et les réponses sont effectuées dans les meilleurs délais. L'envoi d'informations par mail ou courrier est personnalisé, adapté à la demande et effectué dans la langue d'origine des clients. Les envois par courrier sont effectués via le logiciel Tourinsoft. Il existe également un système de chat en ligne connecté sur le site internet de l'OT, qui permet de répondre aux demandes des clients en temps réel pendant les horaires d'ouverture.



PRO 04 : Gestion de Tourinsoft
PRO 05 CHA : Gestion envoi documentation Chalonnes
PRO 06 CHA : Gestion des e-mails Chalonnes

CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

La clientèle étrangère peut être accueillie en anglais et, selon le personnel d'accueil disponible, en espagnol ou italien. Afin de renseigner au mieux les clientèles étrangères, le personnel les interroge sur leur nationalité et leur demande dans quelle langue ils souhaitent être conseillés.

L'OTiLLA met à disposition des clients sa brochure, partiellement traduite en anglais, ainsi que les brochures du département en anglais.

TOURISME POUR TOUS

L'OTiLLA est en cours de renouvellement du label Tourisme et Handicap. Il s'est engagé dans une démarche de progrès en termes d'accessibilité et, à ce titre, met à disposition :

- une boucle magnétique,
- un enregistreur de voix,
- un collier amplificateur de son,
- des brochures en gros caractères et en braille
- un recensement des offres accessibles, présenté sur le site spécialisé www.accessible.net et sur le magazine édité par l'OT au moyen d'un pictogramme.

TOURISME DURABLE

En complément des éco-gestes pratiqués par le personnel de l'OTiLLA, des informations spécifiques liées au tourisme durable sont diffusées sur les supports de communication gérés par l'OT (magazine, site internet) :

- moyens de se rendre et de circuler sur le territoire via les transports en commun ou d'autres formes de circulation douce
- mise en avant des prestataires engagés dans des démarches environnementales ou de développement durable reconnues localement et nationalement (pictogrammes)
- information sur les milieux naturels fragiles, en collaboration avec l'UNESCO et le Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine
- information sur les engagements en matière de développement durable du territoire

SERVICES COMPLÉMENTAIRES

BOUTIQUE

L'OTiLLA a aménagé des espaces boutiques dans les deux accueils afin d'offrir un service complémentaire et augmenter les retombées liées à la vente des produits. Ceux-ci sont choisis en fonction de :

- thématiques liées au territoire (vignoble, ardoise, Loire, boule de fort ...)
- producteurs de spécialités locales (produits du terroir, spécialités culinaires, artisanat...).

L'OT propose une gamme de produits et de prix diversifiés. Un groupe de travail est chargé d'effectuer la sélection des produits et d'analyser les ventes.

Les guides de randonnées et ouvrages liés au tourisme dans la région tiennent une place importante, pour répondre aux demandes des clients, en complément des brochures diffusées gratuitement.

Le personnel d'accueil reçoit une formation spécifique lui permettant d'être opérationnel pour effectuer des ventes en boutique, quel que soit le type de clientèle.

PRO 10 : Vente boutique
PRO 11 : Caisse et cahier de caisse

BILLETTERIE

L'OTiLLA propose à ses visiteurs de la billetterie pour différentes prestations sur son territoire et dans les environs :

- sites de visites
- activités de loisirs
- manifestations et animations organisées par l'OT

Les clients sont informés des différentes billetteries par de l'affichage à l'intérieur des accueils : écrans de visionnage, affiches...

Le personnel d'accueil reçoit une formation spécifique lui permettant d'être opérationnel pour effectuer des ventes de billetterie.

Les relations avec les fournisseurs sont détaillés dans un ensemble de documents permettant de préciser les partenariats.

PRO 09 : Gestion billetterie



SERVICE COMMERCIALISATION

SEJOURS

L'OTiLLA commercialise des séjours "clé en main" avec pour objectif d'animer le territoire et de renforcer la promotion de la destination et des prestataires touristiques, en complément des autres actions menées.

La vente de séjours vise également à générer des recettes pour augmenter l'autofinancement de l'OTiLLA et développer les retombées économiques sur le territoire.

A ce titre, l'OT est détenteur d'une immatriculation délivrée par Atout France et a souscrit une assurance responsabilité civile professionnelle.

Un groupe de travail est chargé d'élaborer la stratégie commerciale de l'OT et de définir les modalités de partenariat avec ses partenaires. Il effectue également une analyse des ventes annuelle.

Le personnel d'accueil dispose de l'ensemble des fiches produits développées par l'OT pour pouvoir renseigner et assurer les ventes. Un(e) Assistant(e) de commercialisation est spécifiquement désigné pour répondre aux demandes de produits sur-mesure et suivre les ventes.

Il existe un document permettant de détailler le processus de vente depuis le contact avec le client jusqu'à la conclusion du contrat.

L'OTiLLA cherche également à développer les partenariats avec les agences réceptives et la place de marché régionale afin de commercialiser au mieux ses offres et celles de ses prestataires touristiques.



Annexe 13 - Autorisation à commercialiser
PRO 17 - Gestion service commercialisation





OFFICE DE TOURISME LOIRE LAYON AUBANCE
PLACE DE L'HÔTEL DE VILLE
49290 CHALONNES SUR LOIRE
TÉL. : 02 41 78 26 21
ACCUEIL@LOIRE-LAYON-AUBANCE-TOURISME.COM
WWW.LOIRE-LAYON-AUBANCE-TOURISME.COM

CONTACT DÉMARCHE QUALITÉ :
OLIVIA MOUSSEAU
06 32 58 05 30
OLIVIA@LOIRE-LAYON-AUBANCE-TOURISME.COM
