

## **STRATEGIE D'ACCUEIL**

### **Accueil téléphonique**

14 - Le conseiller propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

### **Courrier / courriel**

30 - Lors d'une demande d'information en français, la réponse écrite est personnalisée et adaptée.

31 - Lors d'une demande d'informations en langue étrangère, la réponse est personnalisée, adaptée et dans la langue de la demande.

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

### **Les abords de l'établissement et la signalétique**

34 - BONUS : L'OT est implanté dans un endroit stratégique

40 - Les enseignes et la signalétique privée (si existante) sont harmonieuses.

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

### **Le parking et les extérieurs privatifs (si existants)**

43 - L'établissement dispose au moins d'une solution de stationnement pour les moyens de locomotion alternatifs à la voiture.

44 - Les extérieurs privatifs et l'entrée sont dotés de poubelles et de cendriers, vidés régulièrement.

### **Accueillir et informer**

65 - Le personnel d'accueil propose au visiteur des alternatives si le service demandé n'est pas disponible

69 - BONUS : Les agents d'accueil disposent d'un outil numérique afin de présenter les offres et les services touristiques de la destination.

72 - BONUS: Le personnel d'accueil pratique une troisième langue étrangère.

74 - A la fin de la prestation, le personnel s'assure d'avoir répondu à la demande du client de manière satisfaisante et l'incite à remplir l'outil de recueil de satisfaction.

### **La documentation sur la destination**

78 - BONUS : Les documents sont traduits en une troisième langue étrangère correspondant à la fréquentation de la destination

## **LES SERVICES COMPLEMENTAIRES DE LA STRUCTURE PRINCIPALE**

### **La boutique**

81 - L'aménagement de la boutique est attractif et la boutique est bien approvisionnée.

82 - La gamme de produits est diversifiée.

87 - BONUS - Le personnel de la boutique est capable de renseigner la clientèle et d'effectuer une transaction commerciale dans une deuxième langue étrangère.

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

### **Le suivi de l'e-réputation**

121 - L'établissement prend connaissance des avis clients sur au moins 2 sites.

122 - L'établissement a revendiqué la fiche de son établissement sur au moins 2 sites d'avis en ligne

123 - L'établissement exerce son droit de réponse aux avis de consommateurs

124 - La réponse apportée par l'établissement est constructive.

## **PROMOTION QUALITE TOURISME**

### **Promotion Qualité Tourisme**

147 - Les prestataires Qualité Tourisme sont identifiés parmi l'offre du territoire

148 - BONUS : Il existe au moins 3 établissements marqués Qualité Tourisme sur le territoire de compétence

150 - L'OT sensibilise les socioprofessionnels à la Marque Qualité Tourisme\*

### **Dispositions de management**

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

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

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

186 - Une réunion du personnel annuelle sur le fonctionnement de la démarche qualité est organisée.

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

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

189 - Si un plan d'actions a été établi lors du pré-audit ou de l'audit précédent, celui-ci a été pris en compte et mis en œuvre.