CARLADÈS TOURISME
Massif Cantalien
carlades.fr
tourisme@carlades.fr
04 71 47 50 68
av. Mercier - 15800 Vic sur Cère

25/05/2018

Comité Direction

Les ambassadeurs du Carladès

J'♥ le carladès

Rappel sur nos missions

A part l'accueil en saison, vous faites quoi à l'OT toute l'année ?

.....

- L'accueil, la gestion de l'information, l'animation
- Le développement touristique
- L'animation du réseau des prestataires
- La communication et la promotion

L'équipe de l'OT

Virginie LINARD
Chargée e-tourisme
virginie.linard@carlades.fr

Magali CHRISTOPHE
Directrice
directionot@carlades.fr

Béatrice BONAL
Référente Qualité
beatrice.bonal@carlades.fr

CARLADÈS TOURISME
Massif Cantalien

ACCUEIL
tourisme@carlades.fr
04 71 47 50 68

Patricia CIPIERE
Conseillère en séjour
boutique & billetterie
patricia.cipiere@carlades.fr

Valérie PINQUIER
Conseillère en séjour
comptabilité & taxe de séjour
valerie.pinquier@carlades.fr

CARLADÈS TOURISME
Massif Cantalien

La qualité de la destination : un challenge pour tous !

Rappel et évolution de la marque Qualité…

la Marque Qualité c'est quoi ?

- L'assurance d'une qualité de prestation vis-à-vis des clients.
- Etre à l'écoute de nos prestataires partenaires.
- Développer une image professionnelle.
- Etre reconnu comme interlocuteur privilégié pour les élus, les clients, les prestataires et les locaux.

Pour cela, il faut :

- Etre conforme au référentiel national (9 chapitres dont 6 obligatoires : audité sur 7)
- Etre audité par un auditeur indépendant tous le 3 ans (1er audit déc 2013= axé sur les procédures)

Collectivité

En interne

Promotion et communication

Institutionnels

Socios professionnels

Gestion des documents qualité

Boutique

2ème Audit le 4/05 et obtention de la marque pour la 2ème fois le 18/05 /2017 (axe = management/promo : lignes éditoriales)

Quelques chiffres.....*22 622 visiteurs à l'Office (23 492 en 2016)*

L'OT a l'obligation de collecter les avis clients de la manière qu'il souhaite (questionnaires, avis sur réseaux sociaux….) choix de l'OT de diminuer les questionnaires au profit des avis spontanés.

54 questionnaires complétés à l'accueil (202 en 2016)

Taux de satisfaction global pour l'accueil comptoir

90 % Très Satisfait

et 10 % Satisfait

18 questionnaires remplis à distance (38 en 2016)

Taux de satisfaction global accueil à distance =

72,2 % Très Satisfait

5,6 % Satisfait

22,2 % Pas Satisfait (1 personne pour 3 questionnaires)

tripadvisor

Google+

facebook

Jusqu'en 2017	Avis	Notes
Facebook	31	4.5
Trip advisor	29	4.5
Avis google +	17	4.6

Avis et remarques collectés

SPONTANEMENT

Vis à vis des clients et des locaux !

Tous les avis sont collectés à l'accueil. Les différentes remarques ou réclamations sont analysées et font l'objet d'actions correctives si nécessaire.

12 réclamations reçues (2016 = 8)
Dont : randos 67% (dans et hors Carlades)
équipements / entretiens= 33%
Prestataires 8%

=

18 remarques (2016 = 22)
Equipements 33 %
Prestataires 22 %
Randos/sentiers 39% - Divers 6% (bus des neiges)

LES ENQUETES :

vis-à-vis de nos partenaires : des enquêtes sont réalisées régulièrement afin d'avoir connaissance de leurs besoins et des besoins de leurs clients.

Automne 2017 = Enquête auprès de 200 partenaires dont 25 répondants. (résultats sur notre blog pro.)

Eté 2017 :
Une enquête est réalisée par le personnel de l'OT sur le terrain (marché, lieux touristiques etc…..)

→

Le But : recueillir de façon objective le ressenti de l'accueil des personnes en séjour ou de passage sur le territoire

Retrouvez tous les résultats à partir de notre blog professionnel :
carladespro.wordpress.com

Un constat!

Evolution du label vers la qualité à l'échelle de la destination
(Audit de mai 2018)

Projet de territoire de la communauté de communes = qualité de l'accueil

Evolution des tendances touristiques= besoin de vivre des expériences pendant les vacances !

Proposer un accueil personnalisé
à la destination !

Ambassadeurs

CARLADÈS TOURISME
Massif Cantalien

Les Ambassadeurs : Qu'es aquò ?

La communication touristique aujourd'hui

- Les utilisateurs ont pris le pouvoir sur internet, **ils prennent la parole et deviennent des créateurs de contenus** (blogs, réseaux sociaux, sites d'avis, forums…)

- Les internautes préfèrent **du contenu distrayant** à du contenu informatif

- La **réservation en ligne** est devenue incontournable

- Pour être visible sur internet il faut **produire du contenu** (articles, vidéos, photos)

- **L'Office de Tourisme a une vraie légitimité à écrire et à produire du contenu sur la destination** grâce à sa connaissance du territoire

On ne peut plus se contenter du message institutionnel et des sites « vitrine »

La communication touristique aujourd'hui

Quelques exemples de « bonnes pratiques »

Stratégie de contenu sur le web :
Site internet, blog et réseaux sociaux en cohérence

∴ Les #vraiesvacances à Lège – Cap Ferret ∴

4 SPOTS POUR UN PIQUE-NIQUE PRESQUE IMPROVISÉ !

par Les escapades à Lège-Cap Ferret

Après les gourmandises des vacances, il est temps de **dénicher le coin parfait pour un pique-nique** entre copains, ou avec toute la petite famille. Face au Bassin ou en pleine nature, on vous livre notre sélection de spots favoris !

Quelques exemples de « bonnes pratiques »

Collaboration avec des « ambassadeurs » locaux pour le site internet et le blog

Quelques exemples de « bonnes pratiques »

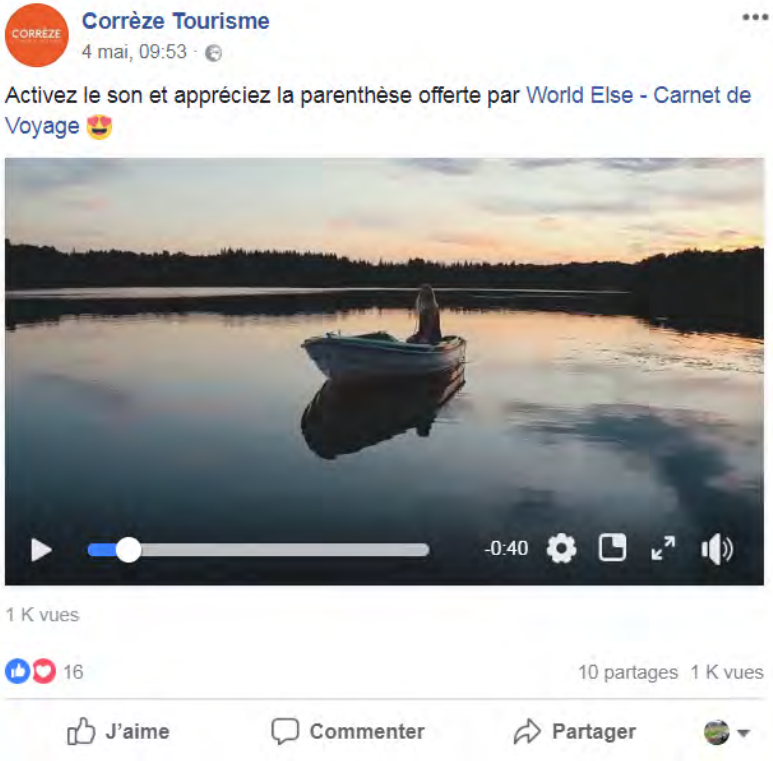
Edition de documentation touristique en partenariat avec des locaux :
« Nos coins préférés » ou « nos coups de cœur »

Quelques exemples de « bonnes pratiques »

Les greeters : découvrir un territoire avec un résident

Quelques exemples de « bonnes pratiques »

Partenariat avec des bloggeurs/influenceurs



Et l'Office de Tourisme du Carladès ?

✓ **Animations en partenariat avec des locaux**

✓ **édition d'une carte touristique Massif cantalien façon conseil éclairé**

✓ **création d'un présentoir Massif Cantalien**

Présentoir disponible en commande à l'OT = 12€

Et l'Office de Tourisme du Carladès ?

- ✓ **Mise en place d'une ligne éditoriale pour les réseaux sociaux**

- ✓ **création d'un blog en relation avec le site internet**

- ✓ **VAGABONDAGES VOLCANIQUES**

Valorisation culturelle du patrimoine volcanique

2018-2020

Partenariat potentiel avec **le Carladez du nord-Aveyron**

Les prochains objectifs

Créer et fédérer un réseau d'ambassadeurs du Carladès

- Partage d'expérience sur les réseaux sociaux
- Production de contenu : articles, photos, vidéos, reportages, évènements locaux
- Participation à des éditions (type plan de ville ou carte touristique)
- Animations locales : visites, accueil, manifestation, nouveautés (ados…)

Ambassadeurs : 5 profils

Travail réalisé par LA MONA (Mission des Offices de Tourisme de Nouvelles Aquitaines)

retraités accueillants petits enfants , néo résidents et utilisateurs des services de l'OT….

Hôteliers, greeters…..

Bénévoles, militants, membres de comité des Fêtes..

blogueurs, clients ambassadeurs

commerçants, producteurs locaux , artisans

https://www.slideshare.net/MOPA/tourisme-les-5-profils-habitants-87340440

A vos avis et propositions

A vos avis et propositions

Qui ?	Quoi ?	Où et quand ?	Comment ?