

Disposition de Management



Concerne seulement les structures de plus de 5 employés.

Critère n°389 :

Document de synthèse des formations du personnel.
Exemple : Registre de formation.

Afin de prouver la prise en compte des besoins de formation des employés.

Critère n°395:

Document de maintenance des installations, suivi de nettoyage au sein de l'établissement.

Afin de prouver qu'un plan de nettoyage et de maintenance est mis en œuvre dans le lieu de visite.

Critère n°396 :

Document interne permettant de contrôler la qualité de votre établissement.

Afin de prouver la mise en place d'un plan d'actions relatif à la démarche qualité.

BONUS

En résumé

Vous devrez présenter les éléments suivants lors de votre audit officiel :

- Un classeur reprenant l'ensemble des pièces évoquées ci-dessus
- Boîtes à archives contenant les questionnaires de satisfaction
- Un classeur des courriers / mails de réclamation et son tableau de suivi



n° 11 Me préparer à la labellisation de Qualité Tourisme, pour les Lieux de Visite

Pour quel usage ?

Cette fiche outil va vous permettre de résumer de façon simple les éléments, les documents et les différentes pièces que vous devrez présenter lors de votre audit officiel. Et ainsi vous permettre de vous préparer au mieux dans votre projet de labellisation à Qualité Tourisme.



Contact :

Christelle GUY
Chargée de mission
Tél. : 05 46 31 71 76
Mail. : christelle.chataignon@en-charente-maritime.com

Pro.en-charente-maritime.com

la
Charente
Maritime

TOURISME
TERRITOIRES
LE RÉSEAU
DES AGENCES
DÉPARTEMENTALES


pro.en-charente-maritime.com

Les documents à présenter lors de votre audit officiel

Promotion et Communication

Critère n°1 :

Preuve de la mise en place d'une campagne de presse, radio TV, sites Internet, réseaux sociaux, participation à des salons, manifestations, etc...

 Votre site internet ne constitue pas une action de communication pour le label.

Critère n°2 :

Articles dans la presse locale, régionale, présence dans des guides nationaux, internationaux...

A pour but de démontrer que des actions de communication sont effectués à 2 niveaux (local, national, international).

Critère n°6 :

Capture d'écran et différents outils de communication (brochure, site internet..)

A pour but de prouver qu'il existe une cohérence graphique entre les différents support de communication.

Critère n°3 :

Capture d'écran de votre page Facebook, Instagram...



A pour but de prouver que votre établissement est présent sur les réseaux sociaux.



Le suivi de la qualité et de la fidélisation client

Critère n°345 :

Copie de mail d'alerte ou autre système permettant d'être alerté suite à de nouveaux avis de consommateurs.



Critère n°346 :

Copie de plusieurs réponses du site de visite suite à des avis clients déposés sur le site de l'établissement ou site d'avis de consommateurs.

Objectif que le lieu de visite exerce son droit de réponse.

Critère n°347 :

Courrier / mail où la réponse suite à une réclamation client, la réponse apportée par l'établissement est constructive.



Critère n°352 :

Questionnaire de satisfaction d'un client mécontent et la réponse apportée par l'établissement.

Dans le but de prouver que les insatisfactions clients sont traitées.

Critère n°353 :

Boîtes d'archives / dossier sur votre ordinateur des questionnaires de satisfactions.

A pour objectif de prouver que les questionnaires de satisfaction sont conservés.

Critère n°354 :

Votre compte rendu d'audit blanc ou votre plan d'actions. Prouve la mise d'améliorations continues suite au pré-audit ou votre audit précédent. Ne concerne pas les audits d'adhésion.

Critère n°355 :

Votre fiche de procédure de réponse aux réclamations, spécifiant qui répond, sous quel délai etc...

Prouve la mise en place d'une procédure veillant à répondre et à suivre les réclamations.

Critère n°356 :

Présence d'un tableau de suivi des réclamations. Ces dernières sont archivées dans un classeur dédiés.



Critère n°357 :

Courrier type visant à répondre aux réclamations client, celui-ci mentionne un « temps de recherches » afin d'apporter une réponse complète au client.



Critère n°339 :

Échange de mail où une réponse est apportée à une réclamation sous 15 jours. Exemple: un courrier type qui mentionne le fait que vous accusez réception de la réclamation est délivrée au client sous 72h.

Critère n°341 :

Existence d'un référent qualité au sein de votre structure. Exemples : organigramme, fiche de poste...



Le critère ne peut être validé seulement si celui-ci peut être identifié en amont de la visite mystère.

Critère n°361 :

Questionnaire de satisfaction les réclamations, avis clients, les audits qualité, photo de la boîte à idée.

A pour but de prouver que l'écoute client est analysée.

Critère n°362 :

Extrait de la base de données client. Elle spécifie la provenance, et le profil (individuel/ groupe). Elle permet de connaître la fréquentation du lieu de visite.



Le Développement Durable

Critère n°372 :

Preuve d'une journée de formation aux personnes en situation de handicap ou power point explicatif, fiche outil, feuille d'émargement ou détenteur du label Tourisme et Handicap.

Afin de prouver que le personnel est sensibilisé à l'accueil des personnes en situation de handicap.

