

## **Introduction**

Créé le 1<sup>er</sup> mars 2015, l'Office de Tourisme Luberon Monts de Vaucluse souhaite s'engager dans une démarche visant à faire reconnaître la qualité de son travail, grâce à l'obtention de la marque Qualité Tourisme. Dans ce cadre, l'OT procède annuellement à l'autoévaluation de sa démarche qualité et fait la synthèse de ses indicateurs (écoute client).

Conformément au référentiel de la marque, le bilan qualité de l'OT est présenté chaque année au *Groupe Qualité de Destination*, composé d'élus et de socio-professionnels du territoire.

## **Autoévaluation de la Démarche Qualité**

En 2021, l'OT Luberon Monts de Vaucluse a donné un nouvel élan à sa démarche qualité. Le Référent Qualité de l'OT et sa suppléante ont pu bénéficier d'une formation dispensée par la FROTSI PACA. Une autoévaluation a été réalisée par le Référent Qualité, sur la base du référentiel de la marque Qualité Tourisme. Cette autoévaluation montre que l'OT satisfait environ 60 % des critères de ce référentiel. Ce taux est insuffisant pour obtenir la marque, qui exige un taux minimal de 85 % de critères satisfaits.

En début de saison, la priorité a été de remettre en marche le système d'écoute client au sein de l'OT, et en particulier en ce qui concerne le service accueil. De nouvelles enquêtes de satisfaction ont été créées et traduites en 4 langues étrangères. Le système de traitement des réclamations et des suggestions a également été revu, pour améliorer leur traitement.

A la suite de l'acquisition de nouveaux outils numériques, une partie significative des documents qualité sont aujourd'hui obsolètes (procédures et modes opératoires). Le système qualité existant doit donc être mis à jour pour mieux correspondre au travail de l'équipe. De plus, plusieurs critères relatifs au fonctionnement interne de l'équipe (dispositions de management, dispositions pour assurer la qualité des services) doivent également être étudiés et mis en œuvre dans l'ensemble des services de l'OT.

## **Bilan de l'écoute client**

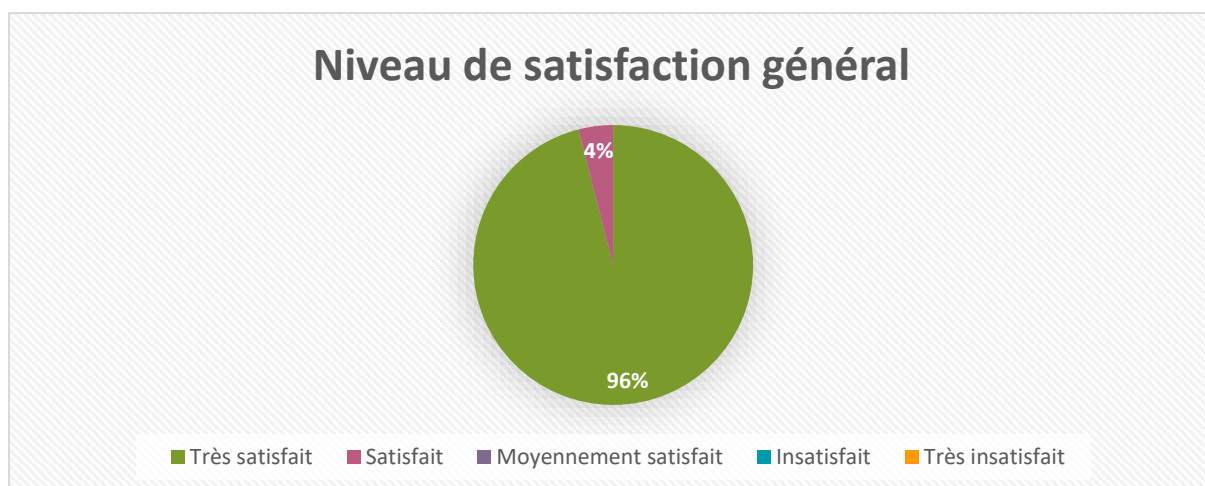
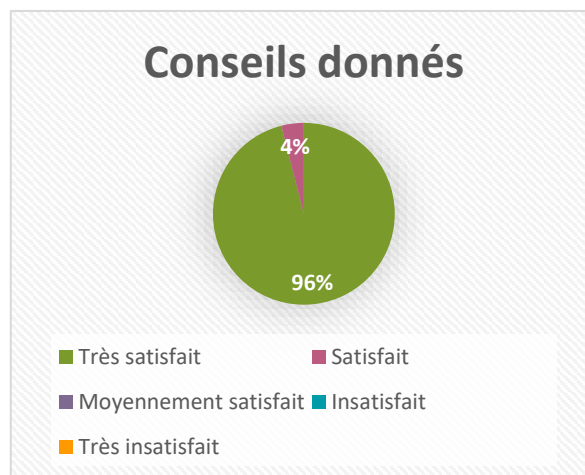
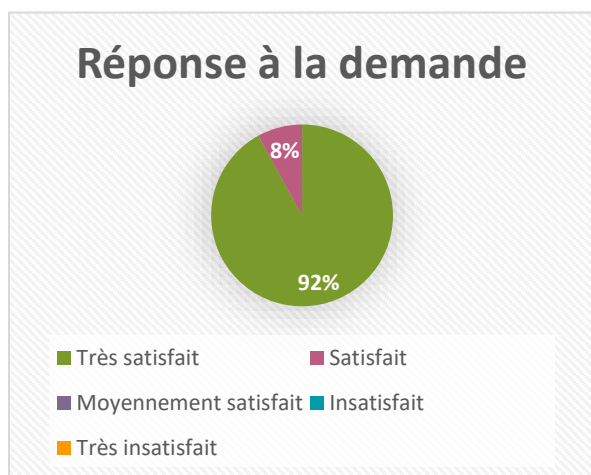
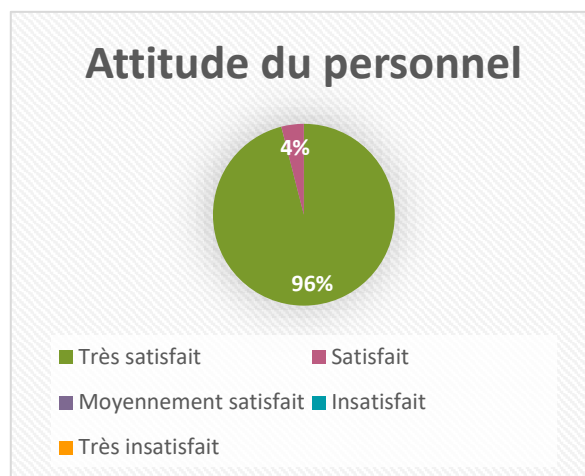
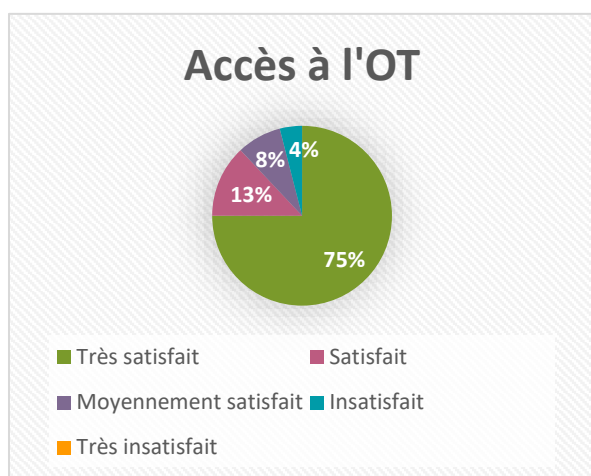
→ Suivi de la satisfaction à l'accueil

A l'accueil, les enquêtes de satisfaction sont administrées par les conseillers en séjour à des visiteurs ayant bénéficié d'un acte d'accueil personnalisé. Ces enquêtes sont traduites en 4 langues, ce qui permet d'étendre le recueil de la satisfaction à d'autres nationalités.

L'enquête comprend 10 questions réparties en 2 sections :

- Dans la première partie (questions 1 à 6) les questions reprennent le parcours du visiteur depuis son arrivée aux abords de l'OT jusqu'à sa sortie du bureau.
- Dans la deuxième partie (questions 7 à 10) les questions permettent d'obtenir quelques informations statistiques à propos du visiteur pour connaître un peu mieux son profil.

Sur l'ensemble des bureaux de l'OT, 24 enquêtes ont été administrées cette saison : 10 à Lourmarin, 12 à Gordes et 2 à Cavaillon. Ces chiffres sont faibles au regard de la fréquentation de notre OT. Ils peuvent s'expliquer par le fait que l'équipe d'accueil n'utilisait plus d'outil de recueil de la satisfaction depuis plusieurs années. Il s'agit donc d'ancrer à nouveau le recueil de la satisfaction dans les habitudes de travail de chacun.

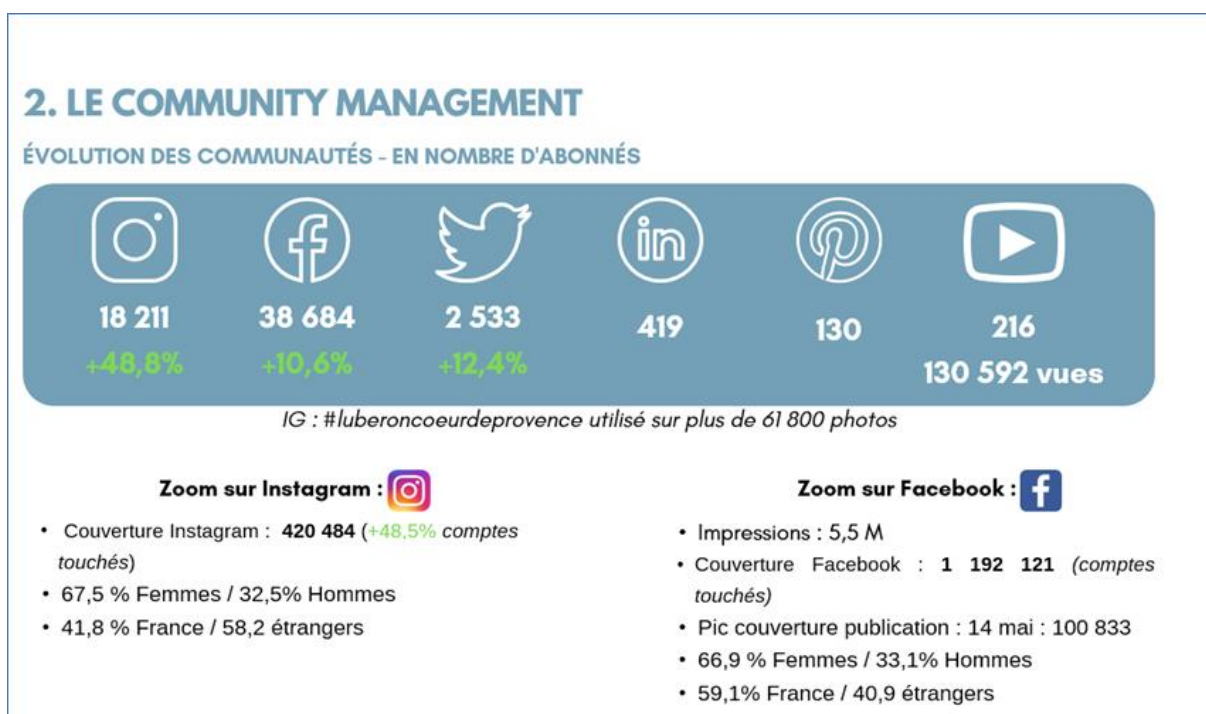


De manière générale les résultats sont très bons et les réponses affichent un taux de satisfaction supérieur à 90 %. Ce taux tombe à 75 % en ce qui concerne l'accessibilité des bureaux, en particulier pour le bureau de Gordes.

→ Suivi des demandes sur les réseaux sociaux

Les demandes des clients enregistrées sur les réseaux sociaux sont traitées par le service communication de l'OT, en lien avec le service accueil. Selon le référentiel de la marque Qualité Tourisme, la réponse à une demande doit être apportée avec un délai maximum de 8 heures pendant les horaires d'ouverture de l'OT et de 24 heures hors période d'ouverture (critère 4).

L'outil de gestion multicanal Agorapulse permet à l'OT de suivre l'évolution de ses communautés sur les réseaux sociaux et surtout de pouvoir ajuster sa stratégie. Voici l'état des communautés de l'OT à ce jour :




→ Suivi de l'e-réputation


Le suivi de l'e-réputation est effectué par le service communication de l'OT. Selon le référentiel de la marque Qualité Tourisme, l'OT doit effectuer un suivi des avis des visiteurs sur au moins 2 sites internet et avoir revendiqué ses pages sur ces sites. Il doit également exercer son droit de réponse aux avis des internautes (critères 120 à 123).

L'OT Luberon Monts de Vaucluse a revendiqué ses pages sur les sites Trip Advisor et Google My Business.


## Trip Advisor



**Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence**  
●●●●● 23 avis  
Place François Tourel, Cavailon, Luberon, Vaucluse, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France



**Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence**  
●●●●○ 15 avis  
Place Henri Barthelemy, Lourmarin, Luberon, Vaucluse, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France



**Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence**  
●●●●○ 38 avis  
Gordes, Luberon, Vaucluse, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France

## Google My Business



### Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence | Cavailon

4,2 ★★★★★ 93 avis  
Office de tourisme



### Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence | Gordes

4,1 ★★★★★ 146 avis  
Office de tourisme



### Office de Tourisme Luberon Coeur de Provence | Lourmarin

4,4 ★★★★★ 59 avis  
Office de tourisme

Grâce à l'outil Fairguest, l'OT peut également effectuer un suivi de l'e-réputation à l'échelle de la destination en agrégeant les avis de consommateurs provenant de différents sites.



→ Suivi de la satisfaction par le service réceptif

L'OT Luberon Monts de Vaucluse est immatriculé au registre des opérateurs de voyage. A ce titre, son service réceptif commercialise des séjours et des produits touristiques à la journée. Les principaux clients du service réceptif sont des associations, des agences de voyage, des tour-operators, des agences évènementielles, des autocaristes, des entreprises, des groupes scolaires, mais aussi des familles et des groupes d'amis.

Le service recueille la satisfaction de ses clients grâce à deux questionnaires :

- Un questionnaire distribué via le logiciel de caisse Aloa, pour les clients individuels ou les groupes ayant acheté une visite à la journée.
- Un questionnaire distribué aux participants à un séjour de plus de 2 jours.

Les retours que nous avons le plus sont les retours des clients en séjour. Dans ce cas de figure, le recueil de la satisfaction est facilité par le fait que le guide est avec eux sur plusieurs jours. Les groupes ou clients à la journée font peut de retour, ils sont de passage et oublient souvent de remplir la fiche. Les clients en séminaire ou provenant d'agences évènementielles font souvent des retours, mais plutôt par mail et non pas via les fiches. Il en va de même pour les scolaires.

Pour les groupes en séjour, la satisfaction est difficile à analyser en raison de la diversité de points de vue au sein d'un même groupe. Quelques tendances se dégagent :

- Parmi les points positifs, les groupes soulignent la qualité de l'organisation, la facilité de la réservation, la qualité des visites proposées par les guides, la qualité des

prestataires visités (restaurants, moulins à huile...) ou encore la beauté des lieux visités.

- Parmi les points négatifs, les groupes soulignent parfois la difficulté d'accès à certains villages perchés, en particulier pour les séniors, mais aussi les dégustations de vin parfois peu appréciées, les repas trop ou pas assez copieux, le temps libre trop ou pas assez important...

→ Suivi de la satisfaction pour les *Sunsets Vignerons*

Les *Sunsets Vignerons en Luberon* sont une manifestation estivale organisée à l'échelle de la destination par quatre OT : Luberon Cœur de Provence Tourisme (notre OT), Luberon Sud Tourisme, Isle-sur-la-Sorgue Tourisme et Pays d'Apt Luberon. Le but de ces soirées est de proposer une rencontre entre les vignerons et de petits groupes de personnes. Chaque soirée se déroule dans un domaine viticole et se compose d'une balade dans les vignes, d'une visite de la cave, puis d'une dégustation de vins accompagnée de petits plats pour un accord mets et vins.

Ces soirées se tiennent tous les mardis de l'été, pour la troisième année consécutive. En 2021, 24 domaines viticoles participaient à l'opération. 1383 personnes ont participé aux soirées sur l'ensemble de la saison. Plus de 40 % des participants ont connu l'évènement sur internet (site, réseaux sociaux).

Un questionnaire de satisfaction est remis à chaque participant à ces soirées. De manière générale, le niveau de satisfaction pour ces soirées est très bon. Sur l'ensemble des questionnaires distribués :

- 100 % des participants étaient satisfaits du concept.
- 86 % des participants étaient satisfaits de la procédure de réservation en ligne.
- 90 % des participants estimaient que l'expérience vécue correspondait à la description de l'évènement.

En ce qui concerne le déroulement des soirées :

- La balade dans les vignes a obtenu une note générale de 4,5/5.
- La dégustation a obtenu une note générale de 4,6/5.
- Les plats proposés ont obtenu une note générale de 4,2/5.

Les moins bons retours se concentrent sur deux points principaux : la réservation en ligne (manque d'ergonomie de la boutique) et les repas (manque de constance d'une soirée à l'autre, service).

En fin d'opération, un bilan est réalisé à l'échelle de la destination par le service communication de l'OT. Ce bilan est partagé aux autres OT, qui le communiquent ensuite aux professionnels partenaires de l'évènement (vignerons et traiteurs). Les OT sont également attentifs à la satisfaction de ces professionnels tout au long de l'opération.

## → Suggestions et réclamations

Les visiteurs qui le souhaitent ont la possibilité de remplir une fiche de suggestion ou de réclamation. Ces fiches sont ensuite traitées par le Référent Qualité qui est chargé de proposer des actions correctives si la fiche concerne un service de l'OT, ou d'en informer le prestataire concerné si la fiche concerne un autre professionnel.

En 2021 l'OT a traité 2 suggestions, toutes déposées au bureau de Gordes. Ces suggestions concernaient les parkings du village et l'aire de service pour camping-cars. L'OT a également traité 9 réclamations, toutes déposées au bureau de Gordes. 2 de ces réclamations concernaient le fonctionnement de l'aire de service pour camping-cars et 7 concernaient le fonctionnement et/ou la tarification des parkings.

Ces retours soulignent une réelle insatisfaction de la part des visiteurs du village de Gordes concernant la question du stationnement et, plus généralement, de l'accès au village et à ses services. Pour information, la municipalité de Gordes souhaite mener une étude à l'échelle du village concernant cette problématique.

### **Audits mystères réalisés par VPA**

Chaque année, Vaucluse Provence Attractivité, l'agence départementale d'attractivité, réalise des audits mystère pour évaluer la qualité de l'accueil touristique de l'OT. Les trois bureaux d'information touristique sont audités, pour toutes les formes d'accueil : physique, téléphonique et mail. Un audit mystère est également réalisé sur les réseaux sociaux. Ces audits sont réalisés selon le référentiel de la marque Qualité Tourisme.

A la suite de ces audits, un entretien a lieu avec la responsable de l'animation du réseau départemental des OT, en présence du Référent Qualité et de la Direction.

Globalement, les audits de 2021 révèlent un accueil qualitatif sur l'ensemble des bureaux. Pour progresser, l'OT est invité à prêter attention aux points suivants :

- Approfondir et personnaliser autant que possible le conseil en séjour.
- Viser une égale qualité de service au sein de l'équipe des conseillers en séjour, en réfléchissant aux demandes les plus fréquentes et en préparant des réponses types personnalisables.
- Revoir en équipe la procédure de traitement des mails, quelques écarts ayant été constatés.
- Améliorer le suivi des demandes sur les réseaux sociaux, en créant davantage de passerelles entre les services communication et accueil.
- Donner une meilleure visibilité aux enquêtes de satisfaction à l'accueil.

### **Objectifs qualité pour 2022**

En 2022, l'OT continuera la démarche amorcée en 2021 avec la poursuite de la mise en conformité des services de l'établissement avec le référentiel de la marque Qualité Tourisme.

Les documents qualité (procédures, modes opératoires) seront progressivement mis à jour pour s'adapter à l'évolution des outils de travail de l'équipe.

Un plan d'actions sera élaboré avec chaque service de l'OT, permettant aux chefs de service de cibler les écarts entre les pratiques actuelles et le référentiel de la marque.

A l'accueil, les conseillers en séjours devront être toujours plus attentifs à l'écoute client, afin de mieux mesurer la satisfaction des visiteurs dans ce service. Une attention particulière devra également être apportée à la personnalisation du conseil en séjour, en particulier dans les réponses faites par mail.

## **OT LMV**

### **Bilan qualité 2021**

Rédaction : Baptiste Allegre le 13 décembre 2021

Validation : Franck Delahaye le 13 décembre 2021



🏠 **SIÈGE SOCIAL** : Office de Tourisme Luberon Monts de Vaucluse  
Place François Tourel - BP 70027 - 84301 Cavailon cedex  
☎ +33 (0)4 90 71 32 01 ✉ [contact@luberoncoeurdeprovence.com](mailto:contact@luberoncoeurdeprovence.com)  
Etablissement Public Industriel et Commercial - RCS Avignon 809 693 906  
*Antennes : Gordes - Lourmarin*