

## SPEED DATING n°1 : La vente de produits boutique

**Elisabeth TREGOAT – responsable boutique, conseillère en séjour OT La Grande Motte**

### OBJECTIFS / CONTEXTE :

La boutique permet de répondre à un double enjeu :

- **renforcer la notoriété de la ville de La Grande-Motte.**

Pour cela, il a été décidé de créer, **non seulement une boutique mais également, une marque «LGM by La Grande Motte »** qui nous permet, au travers de nos produits, de **communiquer sur les valeurs de nos axes de développement : l'architecture, le nautisme et l'environnement.**

- **Augmenter les recettes de l'office de Tourisme et assurer une partie d'autofinancement.**

### MODALITES DE MISE EN ŒUVRE :

#### Création

La création de la marque et de la boutique ont été programmés en même temps que la construction du nouvel office. Un espace d'une 20m<sup>2</sup> a été prévu pour l'espace boutique et sa salle de stock.

#### L'organisation

Pour nous aider dans la mise en place de la boutique et surtout pour nous former aux techniques commerciales, l'ensemble des conseillers en séjour a suivi une formation spécifique. Le responsable boutique et son suppléant ont suivi des formations complémentaires et sont allés visiter d'autres offices disposant de boutiques.

Le choix du responsable et du suppléant s'est effectué en interne.

Chaque conseiller en séjour permanent est affecté à la boutique en fonction de son planning.

La boutique est ouverte tous les jours comme l'accueil et pratiquement aux mêmes horaires (une demi heure de battement pour l'ouverture et la fermeture des caisses).

#### Le choix des produits

Le choix des produits s'est effectué selon plusieurs critères :

- Cohérence avec nos 3 axes (l'architecture, le nautisme et l'environnement), composition de gamme
- Origine géographique de la fabrication
- Qualité des produits (valorisation de la destination en optant pour le moyen/haut de gamme)
- Originalité des produits (fouta, bougie, carafe)

L'office de tourisme a exclu les produits textiles et l'alimentaire.

Nous favorisons les produits de fabrication française et/ou européenne néanmoins certains articles ne sont plus fabriqués dans cette zone ; nous devons alors nous tourner vers des pays hors communauté européenne.

Une pré-sélection de produits est effectuée par la responsable boutique avec la direction puis soumise à un comité de sélection composé du maire, d'élus...

Il est important également d'éviter une concurrence « trop » directe avec les commerçants (vendre plus cher que les commerçants locaux, vendre des produits originaux, les présenter différemment : lots, packaging...).

L'office de tourisme a opté pour un système **d'achat-vente** et non pas de dépôt vente (jugé trop contraignant).

Conseil : faire des tests, en évitant de commander en trop grande quantité. Il est préférable de payer un peu plus cher le produit plutôt que d'avoir des stocks dormants.



## LES PRODUITS :

Ils font partie de la **collection « Pop »** très colorée, très 70's qui rend hommage aux années de la création de la ville. Très prochainement, nous allons présenter notre deuxième collection, la **collection « Archi »** avec des produits un peu plus haut de gamme, avec des foulards en soie, des objets en porcelaine...

Suivra la 3<sup>ème</sup> collection, la **collection « Design »** des objets créés par des designers qui s'inspireront des formes architecturales de La Grande Motte.

Nous travaillons sur les différents réseaux de distribution de ces produits : sur un site Internet, chez les commerçants de la ville et dans les boutiques spécialisées.



## DE CONSEILLER EN SEJOUR A VENDEUR : DES TECHNIQUES SIMILAIRES

Les techniques de vente se rapprochent, sur beaucoup de points, de nos techniques de conseillers en séjour.

A savoir :

- **Identifier les besoins ou les attentes de son interlocuteur** (questions/réponses ouvertes ou fermées)
- **Développer une relation de qualité** (utilisation des mots positifs/emploi du temps présent)
- **Favoriser les ventes à l'aide d'argumentaires précis** (descriptif des avantages/bénéfices pour le client en apportant la preuve.

Les conseillers en séjour se basent pour cela sur des **fiches produits** où sont notés, non seulement, les informations sur le produit (le fournisseur, son origine, la méthode de fabrication, les matières, la fonction parfois de l'objet ...) **mais aussi les 3 mécanismes de base d'une vente efficace**, à savoir :

- **Les avantages du produit** : savoir convaincre/rassurer
- **L'accélérateur de vente** : éveiller l'intérêt/donner envie
- **La roue de secours** : en quelques sortes l'argument ultime ou le fameux +++ du produit.

ANNEXES :

Présentation des produits

Fiches produits (argumentaires)

## SPEED DATING n°2 : le manuel conseil en séjour pour mieux conseiller ses visiteurs

**Laetitia HADJI – conseillère en séjour, référente qualité OT Marseillan**

**Afrae EL HADRAMI – conseillère en séjour, responsable OT Marseillan**

### OBJECTIFS / CONTEXTE :

Suite à la formation Conseiller en séjour module 4 (niveau expert) dispensée par le cabinet BDRH conseils (plan départemental de formation des OT de l'Hérault) et validée par deux conseillères en séjour de l'OT, il a été décidé d'organiser une rencontre réunissant toute l'équipe (accueil et direction), en vue de rappeler les objectifs du manuel de vente et les modalités techniques de sa faisabilité.

### MODALITES DE MISE EN ŒUVRE :

#### Durée :

Lors de la 1<sup>ère</sup> réunion de concertation, nous nous sommes fixés pour objectif de finaliser ce manuel au bout d'un an.

La rédaction du manuel CSJ a démarré à partir de Mai 2013. Elle a duré environ 6 mois. À ce jour, le manuel est toujours en cours de réalisation.

Il nous a fallu environ 3 à 4 heures par semaine pour rédiger le manuel en l'état. La plupart du temps, ces fiches ont été rédigées en front office.

#### Organisation en interne :

Ce sont 3 conseillères en séjour permanentes qui ont principalement travaillé sur ce projet avec l'aide du personnel saisonnier et des stagiaires.

Des séances consultatives régulières sont nécessaires depuis le lancement de la rédaction afin de :

- Échanger sur la formation « conseiller en séjour » (mise en commun des différentes informations récoltées respectivement)
- Répartir des tâches et des missions
- Définir le délai de réalisation
- Mettre en place le planning de travail
- Choisir les chapitres et sélection des prestataires
- Définir le gabarit et le choix des codes couleurs

#### Mise à jour et partage de l'outil :

La mise à jour se fait au minimum une fois par an et toutes les fois qu'il s'avère nécessaire de la faire (nouvelle information, nouvelle visite ...)

Actuellement, il existe une version papier du manuel de vente et une version « informatique » qui nous semble être la meilleure solution si nous voulons l'exploiter au quotidien. Nous avons, en effet, un logiciel interne et intra-service qui nous permet d'échanger en temps réel toutes les informations nécessaires. Ce dispositif est utilisé quotidiennement et naturellement par tous les membres du service.

Si un nouveau membre du personnel rédige une fiche prestataire (personnel saisonnier et/ou stagiaire), il dispose d'une fiche de procédure pour en comprendre l'usage et le fonctionnement et se voit dispenser une formation en interne par l'un des permanents de l'Office de Tourisme.

**Une boîte à idée** permet également au personnel d'effectuer des suggestions sur le manuel (ex : type d'informations à ajouter dans les fiches prestataires...).

### L'OUTIL

Cet outil est destiné à un usage strictement interne pour les agents de l'OT (permanents, stagiaires, saisonniers...).

Le manuel de l'Office de Tourisme de Marseillan s'oriente autour de 4 grandes parties :

- Présentation de la ville et de l'Office de Tourisme,
- Présentation des argumentaires de vente,
- Présentation des fiches prestataires
- Annexes

Chaque partie est déclinée en sous parties :

- Présentation de la ville et de l'Office de Tourisme (bref historique, points forts de la ville, accès...)
- Les argumentaires de vente (par offres hébergements, par destination, par cibles...)
- Les fiches prestataires (par secteur)
- Les annexes (distancier, moyenne météo...)

Le manuel contient tous les argumentaires de vente de notre offre touristique et constitue une réelle base de données qui est alimentée par :

- Visites de sites et de prestataires
- Questionnaires de mise à jour (supports utilisés pour marseillan.com)
- Sites internet des socio-professionnels

**Le manuel de vente propose également des fiches prestataires dont la finalité est de présenter de manière individuelle et personnelle, les atouts du socio-professionnel. C'est un outil indispensable qui contribue à valoriser et promouvoir son activité.**

### LES + DU MANUEL CONSEIL EN SEJOUR

Le manuel de vente permet d'être **plus performant** aussi bien avec le visiteur qu'avec le socio-professionnel. On se sent plus proche de nos prestataires et c'est un bon outil qui renforce nos liens avec eux.

Nous avons également constaté que nous étions **plus confiants face au visiteur. Tenir un discours assuré permet d'être à la fois plus efficace et plus rapide !**

Le manuel est **utilisé le plus souvent en été**, notamment par le personnel saisonnier et stagiaire pour qui ce support est un bon moyen de cibler rapidement les points forts du territoire.

### LES EVENTUELLES EVOLUTIONS QUI SERONT APPORTEES

- Finaliser notre manuel de vente
- Former l'ensemble du personnel de l'OT au « Conseil en séjour » jusqu'au niveau « Expert »
- Mettre en place une réunion-bilan 1 fois par an (en fin de saison)
- Compléter le manuel par l'ajout d'informations complémentaires et la création de nouvelles fiches :

On s'est rendu compte à mesure de son utilisation qu'il manquait certaines informations utiles (ex : statut juridique, raison sociale, siret, déclaration cerfa, tarifs taxe de séjour...)

De plus, nous avons déjà réfléchi à de nouvelles fiches : trombinoscope, organigramme, argumentaires par cible : les actifs, tarifs moyens, par type clientèle, infos pratiques liées aux demandes, argumentaires par animations/événements, argumentaires par visites commentées/randonnées, argumentaires patrimoine (par monument, par lieu incontournable), équipements publics, argumentaires par vente produit (ex : cahier de vacances, produits boutique...), argumentaires par packages (cible groupe : pour les autocaristes, associations, CE...), tableau récapitulatif des fiches argumentaires destination et produits.

### UN CONSEIL

Si je pouvais vous apporter un conseil ce serait le suivant :

« Toujours positiver lors de la rédaction des fiches prestataires : user avec finesse de notre belle langue française et des jolis jeux de mots qu'elle possède pour manier certains inconvénients d'une structure et vous éviter ainsi quelques soucis! ».

#### ANNEXES :

Sommaire du manuel conseil en séjour  
Argumentaires de vente du territoire et par cible  
Gabarit type fiche prestataire  
Fiche prestataire Noilly prat

## SPEED DATING n°3 : Je dispose d'un système de gestion de stocks optimisé pour les 3 lieux d'accueil de mon OT

### Solange FOBIGLIO – conseillère en séjour, référente qualité OT Lodévois et Larzac

#### CONTEXTE

L'office de Tourisme Lodévois et Larzac dispose de trois lieux d'accueil :

- Lodève
- Le Caylar
- La Maison du Grand Site du Cirque de Navacelles

Les bureaux de la direction de l'OT se situent dans les locaux de la Communauté de Communes Lodévois et Larzac à Lodève. Toutes les documentations (hors docs de tiers) sont stockées dans un entrepôt de la Communauté de Communes sur Lodève.

#### OBJECTIFS

**Trouver un système de gestion et de suivi des stocks de documentation optimal compte tenu des contraintes liées à :**

- la présence de 3 lieux d'accueil géographiquement éloignés et d'un lieu de stockage distinct
- l'absence de réseau informatique commun aux différents lieux d'accueil et services de l'OT

#### LA METHODE DE MISE EN PLACE DES OUTILS, TEMPS PASSE

Le seul outil disponible dans les 4 lieux étant Internet, nous avons pris la décision de mettre les outils de gestion des stocks sur **google drive**.

Il a fallu séparer l'unique fichier Excel sur lequel nous gérons les stocks en 6 fichiers :

- **Liste des documents** (liste des documents avec lien hypertextes)
- **Documents OT** (un onglet récapitulatif de l'état des stocks pour chaque document + un onglet par document édité par l'OT)
- **Documents Pays** (un onglet récapitulatif de l'état des stocks pour chaque document + un onglet par document édité par le Pays)
- **Documents ADT** (un onglet récapitulatif de l'état des stocks pour chaque document + un onglet par document édité par l'ADT)
- **Documents réseaux** (un onglet récapitulatif de l'état des stocks pour chaque document + un onglet par document édité par les réseaux)
- **Rando fiches** (un onglet récapitulatif de l'état des stocks pour chaque rando fiche + un onglet par rando fiche)

Une fois les fichiers téléchargés sur Google Drive, il a fallu créer les liens hypertexte des noms des documents présents dans « Liste Documents » vers leur fiche individuelle dans les différents fichiers.

Les fichiers ont été partagés aux trois lieux d'accueil et à la direction.

#### L'OUTIL DE GESTION DES STOCKS

##### Côté Conseillers en séjour :

Lorsqu'ils doivent préparer leurs commandes, les conseillers en séjour ouvrent le document « Liste Doc » et se servent de cette liste complète pour voir ce qui manque ou va manquer dans les réserves des lieux d'accueil.

Le jeudi matin, ils vont chercher les cartons de documentation et une fois de retour dans le lieu d'accueil, ouvrent le document « Liste doc » sur Google Drive, il ne reste alors qu'à cliquer sur le nom du/des documents retirés, la fiche de chaque document s'ouvre et le conseiller en séjour n'a plus qu'à noter la date et le nombre de cartons retirés.

##### Côté direction et référent qualité :

Le suivi est facilité par la présence de l'onglet récapitulatif pour chaque type de documentation. Ainsi on sait ce qu'il manque, ce qu'il faudra recommander ou rééditer.

#### UN OUTIL UTILE ET PRATIQUE

L'utilisation très facile. Depuis la mise en ligne en avril les stocks sont à jour, chacun a bien compris l'intérêt de cette gestion et applique bien les consignes.

#### PROJETS ET EVOLUTION

Nous allons cet hiver travailler sur la gestion des docs de tiers en essayant de mettre au point un document sous le même format.

ANNEXE :  
Tableaux des stocks