



***FDOTSI DE L'HERAULT***

# **CLIENTS MYSTERES DE L'ETE 2011**

## **SYNTHESE COLLECTIVE**





### Synthèse des audits mystères 2011

#### Contexte et déroulement des audits :

- Réalisation de « clients mystère » par une stagiaire étudiante en BTS AGTL, à l'aide de grilles reprenant les exigences « accueil » de la marque qualité tourisme et du conseil en séjour.
- 22 appels téléphoniques (du 10 mai au 1er juin)
- 22 mails envoyés (du 10 au 12 mai)
- 18 audits comptoir (du 19 mai au 13 juin, 9 OT stations littorales, 3 OT situés en destination littorale, 6 OT situés en arrière pays)
- 22 courriers envoyés (le 17 mai depuis le département du Loir et Cher)
- Une synthèse individuelle transmise à chaque OT, fin juillet-début août



Synthèse des audits mystères 2011

## Synthèse des clients mystère :

-Par téléphone (22 appels)

Durée moyenne des appels : 4mn 30. Durée de 1 mn à 11mn.

-Au comptoir (18 OT visités)





# Scénarios

### **CLIENT MYSTÈRE AU TÉLÉPHONE : RECHERCHE HÉBERGEMENT**

Le scénario est une demande **d'hébergement** (hôtel pour littoral, chambre d'hôte en arrière pays) pour « la semaine prochaine » (dans un délai relativement court, de 4 à 6 jours), avec comme **besoins latents** :

#### **Au niveau de l'hébergement :**

durée de **5 nuits**, pour **2 personnes**,

**budget de 80 euros par nuit** pour la chambre d'hôtes (OT arrière pays), **90 euros par nuit** pour l'hôtel (OT littoral ou centre ville) et des **exigences en terme de confort** :

-en arrière-pays : au calme, piscine, connexion Internet

-sur le littoral ou en ville : près de la mer (littoral), centre ville (ville), piscine, connexion Internet

**Au niveau des centres d'intérêt** : le souhait d'effectuer des **activités sportives**

**Information complémentaire** : l'auditeur dispose d'une **voiture**. **Il souhaite se déplacer à moins d'une heure pour ses activités**

### **CLIENT MYSTÈRE AU COMPTOIR : SORTIE SUR LE VIN**

L'auditeur souhaite **effectuer une sortie sur le vin**, il est là pour quelques jours.

**Ses besoins latents** : dispose d'une voiture, souhaite visiter des domaines viticoles, rencontre avec le vigneron, découvertes des techniques...Durée du séjour : 5 jours. Budget max : 15€ /pers/visite. Centres intérêt complémentaire : aime découvrir le patrimoine, l'histoire d'une ville...



Synthèse des audits mystères – tel et comptoir

## **1 - Les points positifs**

### **1.1 ATTITUDE DU PERSONNEL :**

Dans sa très grande majorité, le personnel est **souriant, courtois, chaleureux, aimable**. Il dispose d'une **tenue propre et soignée**.

Il est **attentif et disponible**. Il est **clair dans sa réponse**.

La **prise de congés est agréable**.

Les **temps d'attente sont bien gérés** :

oAu téléphone : décrochage avant la 4ème sonnerie pour 21 OT/22

oAu comptoir : dans 16 OT/18, durée d'attente < à 6 minutes

**L'identité de l'OT** est communiquée soit par un prédécroché automatique, soit par le conseiller, dans 21 OT/22 (téléphone).

De plus, 21 CSJ/22 communiquent leur **prénom** lors de la formule d'accueil (*NB : évolution positive par rapport à 2010*).

*Remarque : l'utilisation de mots négatifs est nettement en baisse par rapport à 2010*



### **1 - Les points positifs**

#### 1.2 CONSEIL EN SEJOUR

- La réponse est adaptée à la demande exprimée, au téléphone et au comptoir.

- Identification des besoins :

Au téléphone : 21 OT/22 questionnent le visiteur sur ses besoins en matière d'hébergement.

Par contre, seuls 5 OT identifient suffisamment ses attentes (suffisamment = au minimum identification du budget, de la localisation et du confort souhaité).

NB : le budget a été identifié par 8 OT, la localisation par 14 OT, le confort par 12 OT.

- Au téléphone, 12 OT/18 incitent à venir à l'OT durant le séjour, 10 OT/18 incitent à consulter le site internet de l'OT (en complément de la réponse apportée)



Synthèse des audits mystères – tel et comptoir

## **2 - Les points à améliorer**

### 2.1 ATTITUDE :

- **Accueil comptoir :**

Prise en compte du visiteur lors de son arrivée à l'OT :

7 OT/18 prennent en compte l'auditeur à son arrivée (bonjour, sourire).

Dans les 11 OT restants, 6 conseillers étaient déjà occupés avec un visiteur lorsque l'auditeur est entré dans l'OT, les 5 autres conseillers étaient disponibles.

- **Accueil comptoir :**

Identification du personnel :

Dans 7 OT/18, le personnel ne portait pas de badge comprenant le prénom et les langues parlées.



### **2 - Les points à améliorer**

#### 2.2 CONSEIL EN SEJOUR

- Identification des besoins :

Au téléphone : 2 OT ont questionné le visiteur sur ses centres d'intérêt afin de lui proposer succinctement une offre adaptée et lui garantir qu'il pourra trouver sur place les activités adaptées à ses envies.

Au comptoir :

7 conseillers / 18 ont posé au moins 1 question pour cibler la demande.

2 conseillers / 18 ont suffisamment exploré la demande (type de visite souhaitée, déplacement, durée séjour) afin de pouvoir y répondre en prenant en compte les besoins de l'auditeur.

- o7 OT ont questionné l'auditeur sur le type de visite qu'il souhaitait faire

- o3 OT l'ont questionné sur son moyen de locomotion/distance

- o2 OT l'ont questionné sur le nombre de personne

- o2 OT l'ont questionné sur la durée du séjour





### **2 - Les points à améliorer**

#### 2.2 CONSEIL EN SEJOUR

- Précision des informations communiquées :

Au téléphone 7 OT/22 communiquent suffisamment de détails sur les hébergements proposés, permettant ainsi à l'auditeur de pouvoir faire son choix (tarifs, localisation, confort, équipements) (en baisse par rapport à 2010)

Au comptoir : 10 OT/18 ne communiquent aucune précision sur l'offre proposée (sortie vin). La réponse consiste à remettre un document.

- Valorisation des prestations proposées :

Au téléphone 6 OT/22 présentent de façon attractive les hébergements proposés (adjectifs valorisants, mise en avant d'un label...).

Au comptoir : Sur les 10 OT ayant présenté l'offre proposée, 5 OT la valorisent.



Synthèse des audits mystères – tel et comptoir

## **2 - Les points à améliorer**

### 2.2 CONSEIL EN SEJOUR (Suite)

- Incitation à découvrir d'autres activités :

Par téléphone : 6 OT/22 incitent à pratiquer des activités sur le territoire

Au comptoir : aucun OT incite à pratiquer d'autres activités (ex : élargissement à des activités culturelles, à un autre territoire...sous réserve de questionner le visiteur sur ses centres intérêts, son moyen de locomotion, la durée de son séjour... )

- Présentation et valorisation du territoire :

Au comptoir et au téléphone : aucun OT a valorisé son territoire

- S'assurer d'avoir répondu à la demande :

Par téléphone : 3 OT s'en assurent

Au comptoir : 1 OT s'en assure



## Synthèse des clients mystère :

- Par mail (22 mails envoyés)
- Par courrier (22 courriers envoyés)



Synthèse des audits mystères – mail et courrier

# Scénarios

### **CLIENT MYSTERE PAR MAIL : RECHERCHE D'ACTIVITÉS CULTURELLES**

Madame, Monsieur

Mon mari et moi-même avons réservé un hébergement à .... du 28 Mai au 5 juin.

Nous aimerions faire des **visites culturelles**. Pourriez vous nous en conseiller ?

Nous disposerons d'un **moyen de locomotion mais souhaiterions rester dans les environs, près de notre lieu de séjour.**

### **CLIENT MYSTERE PAR COURRIER : RECHERCHE DE SALLE ET HEBERGEMENT POUR UN MARIAGE**

Je vous envoie ce courrier pour une demande particulière : je me **marie le 30 Juin 2012** et je suis donc à la recherche d'un **lieu de réception dans votre commune, ou aux alentours, pour le dîner et la soirée**. Nous serons à peu près **70 personnes**. Je souhaiterais de préférence une **belle demeure**, et si possible avec un **extérieur agréable pour les photos**. Enfin si l'endroit pouvait en plus **héberger 25 de ces personnes pour la nuit ça serait parfait ! Sinon merci de me conseiller un hôtel ou des chambres d'hôtes (budget maximum 90€ la nuit) afin de pouvoir loger ces personnes.**



## **1 - Les points positifs**

### 1.1 REPONSE

- Taux de réponse :

- 17 OT/22 ont répondu au courrier

- 16 OT/22 ont répondu au mail. *Le taux de réponse, un peu bas par mail, est lié à une erreur des OT dans la saisie de l'adresse mail.*

- Délai de réponse : Par mail, le délai de réponse est de **24 heures (marque Qualité Tourisme)**, seuls 2 OT/16 ont dépassé légèrement le délai.

### 1.2 INFORMATIONS STANDARDISEES :

- Communication d'informations sur l'OT : les OT communiquent leurs coordonnées complètes (mail, site, adresse postale, tel)

- Indication du prénom de la personne qui a répondu : Oui, dans 12 mails/16 et dans 15 courriers/17



## **1 - Les points positifs**

### 1.3 CONSEIL EN SEJOUR

- Réponse adaptée à la demande :

Par courrier, les informations transmises (message et/ou lien vers site et/ou brochures) sont adaptées à la demande pour 13 OT/ 17.

Par mail, 12 OT/16 proposent une réponse adaptée à la demande

- Décrire des réponses adaptées à la demande et personnaliser le message par rapport aux attentes:

Par courrier, 9 OT/17 rédigent un courrier personnalisé.

7 de ces OT personnalisent suffisamment la réponse par rapport à l'ensemble des besoins exprimés.

*A noter : 3 OT ont félicité la future mariée et 1 OT lui a offert une gratuité pour une activité, renforçant ainsi la personnalisation !*



### **2 - Les points à améliorer**

#### 2.1 DELAI

Par courrier, le délai de réponse est de **48 heures** jours ouvrables, 10 OT/17 ont répondu dans les temps (à priori)

#### 2.2 CONSEIL EN SEJOUR

- Décrire des réponses adaptées à la demande et personnaliser le message par rapport aux attentes:

Par mail, 6 OT/16 ont décrit des activités adaptées à la demande de façon personnalisée, et 2 OT/16 ont fait un léger effort de personnalisation de la réponse (*en baisse par rapport à 2010*)

- Par mail : privilégier la communication de liens Internet permettant l'accès direct aux informations détaillées : seuls 5 OT le font.

- Présenter et valoriser son territoire (insertion d'un argumentaire sur la destination) : 2 OT/16 le font par mail, 5 OT/22 le font par courrier (*en baisse par rapport à 2010*).



## ***FDOTSI DE L'HERAULT***

Synthèse des audits mystères – mail et courrier

### **2 - Les points à améliorer**

#### 2.3 COMMUNICATION D'INFORMATIONS UTILES :

- Les horaires :

Par courrier : 7 OT/17 les communiquent

Par mail : 9 OT/16 les communiquent

- Services proposés (visites guidées, billetterie, vente de produits..):

Par mail : 4 OT/16 les indiquent

Par courrier : 2 OT/17 les indiquent

#### 2.4 SIGNATURE ATTRACTIVE (mail)

9 OT /16 utilisent une signature attractive (logo et/ou photos du territoire)





## ***FDOTSI DE L'HERAULT***

Synthèse des audits mystères – mail et courrier

### EXEMPLES DE REPONSES PERSONNALISEES :

-Mail : OT Pays de Lunel / Cévennes Méditerranée

-Courrier : OT Pays de Lunel / Vias / Balaruc les Bains



### PISTES ENVISAGEES PAR LA FDOTSI POUR FAVORISER LA MISE EN PLACE DU CONSEIL EN SEJOUR

- Poursuite des formations conseil en séjour
- Renforcer la connaissance de l'offre (offre oenotouristique, éductours...)
- Organisation de **la semaine FDOTSI du Conseil en séjour** : la FDOTSI accueille pendant une semaine deux OT par jour (1/2 j chacun) pour conseil/accompagnement individuel (Octobre ou Novembre).
- Proclamation des **journées CSJ individuelles** : chaque responsable accueil des OT s'engage chaque année à consacrer deux journées pleines à la définition et à la mise en œuvre d'actions correctives (en plus éventuelle visite FDOTSI). Sensibilisation des Directeur(ice)s/Responsables.

Vos idées/suggestions nous intéressent, n'hésitez pas à nous les transmettre !



***FDOTSI DE L'HERAULT***

Synthèse des audits mystères

**MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION  
AUX CLIENTS MYSTERES !**