

Accueil dans les bureaux

L'Office de Tourisme est souvent l'un des premiers interlocuteurs du touriste sur son lieu de vacances et un interlocuteur privilégié et récurrent pour la population locale. L'OT doit véhiculer une image positive, efficace et ne pas faillir à combler les attentes de ceux qui comptent sur son professionnalisme et son assistance.

Pour se faire, l'accueil doit respecter certains critères :

- A l'arrivée d'un visiteur le personnel abandonne toute tâche et prend en considération son arrivée avec un bonjour et un sourire.
- Formule de politesse adéquate et se lever, adaptation de la langue, détermination du but de la visite.
- Pratiquer l'écoute active (curiosité, montrer de l'intérêt, découverte des besoins...)
- Une prise de congé polie, qui laisse la meilleure image possible
- En cas d'attente de plus de 5 minutes, procéder à la gestion d'une file d'attente en réorientant les visiteurs vers des supports d'information permettant de les faire patienter.

Voir procédure PRO 01 accueil physique et PRO 02 accueil téléphonique. Et la charte du personnel.

La stratégie d'accueil de l'Office de tourisme Conflent Canigó est également de proposer des formations qualifiantes pour les conseillers en séjour. L'objectif est de revaloriser et élargir les missions d'accueil en développant la qualité d'expert de la destination chez nos conseillers en séjour.

L'Office de tourisme se doit, afin de capter sa clientèle et la fidéliser, de devenir un espace agréable et fonctionnel pour le client. Il faut lui proposer un service qu'il ne trouvera pas sur internet ou dans son hébergement. Il doit montrer et apporter une vraie valeur ajoutée (services, expériences, lien relationnel, fonctionnalité)

Un espace accueillant et pour tous : l'aménagement des locaux est organisé de manière à faciliter le déplacement du visiteur et l'accès à l'information, l'espace est propre et ordonné. L'espace d'accueil est accessible aux personnes à mobilité réduite et offre aux visiteurs la possibilité de s'asseoir pour patienter, d'utiliser le Wi-Fi ou consulter les brochures.

Un conseil de qualité : Le personnel adapte les informations transmises en fonction du type de visiteur (famille, groupe, individuel...) et de ses besoins spécifiques, les personnes en quête d'informations sont conseillées de manière à leur permettre d'élargir leurs choix en proposant les prestations et services de l'office de tourisme. Le personnel maîtrise l'ensemble des produits et prestations proposés par l'Office de tourisme. Nous sommes des experts de la destination, nous connaissons le territoire, le but est de transmettre notre expérience pour des vacances inoubliables.

Recrutement et formation des saisonniers : L'office de tourisme s'engage à recruter pour la saison du personnel parlant à minima 2 langues étrangères (Anglais, Catalan ou Espagnol). Il doit avoir un BTS Tourisme ou une formation équivalente. Et une bonne connaissance du territoire. Nous privilégions les

candidats du territoire. Une formation de 2 jours est imposée, avec présentation du territoire et des missions, et une sortie sur le territoire à la découverte des pépites. Des intervenants comme le Parc naturel, les réserves naturelles ou le Canigo Grand site sont conviés.

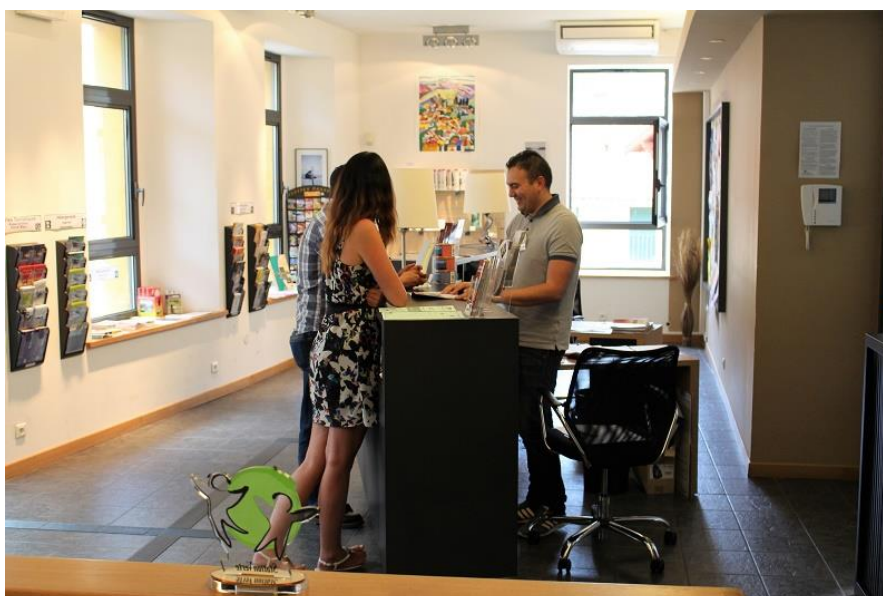
Une communication « destination » : En tant qu'office de tourisme intercommunal, la zone de compétence comprend 45 communes. Dans les 5 antennes, on doit donc retrouver les informations de la zone du Conflent. Si on se trouve sur Vernet-les-Bains je dois avoir la même documentation que sur l'antenne de Prades par exemple. Le discours des conseillers en séjour doit être uniforme dans les 5 antennes. Le conseil doit être élargi, il faut inciter le touriste à consommer la destination et non pas une zone en particulier. Proposer les 2 stations thermales et évaluer les besoins des clients pour pouvoir les orienter au mieux. Idem en ce qui concerne nos autres professionnels, comme les restaurants les commerçants ou les hébergements. Ne pas inciter à consommer une offre en particulier. Cibler la demande pour pouvoir proposer la ou les meilleures options qui vont convenir au client.

Horaires d'ouverture et ponctualité : Les horaires sont adaptés à l'activité touristique (ouvert les jours de marchés ou de grands événements) et le personnel s'engage à être ponctuel.

Gestion de l'information et de la documentation : La mise à disposition des brochures est claire et lisible, l'information est classée par catégorie à l'aide de marquages lisibles (Animations, le Conflent, patrimoine, nature et bien-être...). Les présentoirs sont tous quotidiennement approvisionnés plusieurs fois par jour en haute saison si nécessaire. Nous imprimons et distribuons de façon raisonnée et responsable les brochures papier.

Nous proposons 3 services complémentaires à notre clientèle

- Recharge pour appareil numérique (toutes les antennes)
- Excursions
- Conciergerie (Antenne de Vernet les Bains)
- Salle d'exposition (Antenne de Vernet les Bains)
- Petites boutiques (en cours de développement)
- Vente de carte de pêche (toutes les antennes)
- Wi-fi (toutes les antennes)
- Billeterie (entrées des sites culturels de Villefranche-de-Conflent)



Accueil hors les murs

Depuis quelques années, l'office de tourisme ne touche qu'une partie des consommateurs de la destination. Il faut donc mener une vraie stratégie pour informer et accueillir de façon efficace les voyageurs qui ne poussent pas, ou plus, la porte de l'office de tourisme.

Il faut se déplacer et être visible sur les lieux de passage de la destination, sur les portes d'entrées, avec les prestataires touristiques mais également en ligne. Relier le territoire de façon efficiente est un vrai défi de destination. Nous nous appuyons sur tous les partenaires sans exception et sans hiérarchisation. Le triporteur floqué aux couleurs de l'office est aussi utilisé pour l'accueil hors les murs.

Depuis 2016 l'Office de tourisme intercommunal a décidé de déplacer **l'accueil hors les murs**. En participant à certaines manifestations à forte fréquentation.

- Fête de la pomme
- Foire de l'élevage Vinça
- Train jaune avec triporteur
- Apéritif de terroir
- Festival Pablo Casals
- Participation aux pots d'accueil des thermes et des campings



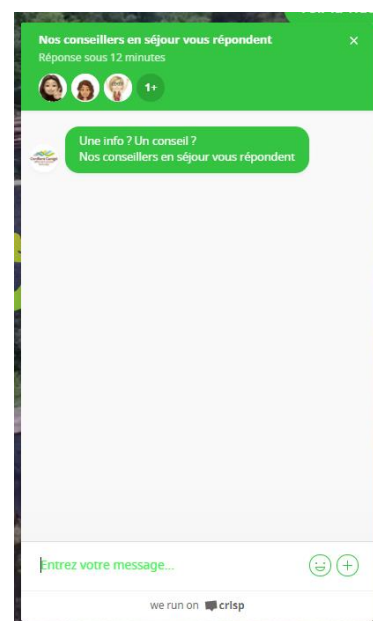
L'objectif étant de se déplacer, d'aller à la rencontre de notre clientèle.

C'est aussi un moyen de renforcer l'image de l'Office de Tourisme en tant que moteur de la destination. Notre objectif pour 2022 est de développer l'accueil en mobilité sur la zone de Vinça. L'Antenne reçoit environ 750 touristes sur la saison. Nous souhaitons être présents sur les points d'affluence de la zone, comme le Lac des Escoumes.

Accueil numérique

Le virage numérique dans les offices de tourisme a permis de faire prendre conscience que le modèle d'accueil existant avait fait son temps. Le numérique dans l'office de tourisme peut avoir d'ailleurs plusieurs utilités mais il reste un outil, il complète l'humain, ce n'est pas une opposition mais une fusion.

- Diffuser de l'information via plusieurs canaux
- Gérer les flux dans le cas d'offices de tourisme connaissant une très grosse fréquentation.
- Rendre l'office de tourisme plus attractif grâce aux services proposés
- Assister les experts locaux



- Provoquer un effet waouh par les contenus diffusés ou par la technologie utilisée
- Permettre d'accéder à des contenus sur la destination

La clientèle des antennes de l'Office de tourisme Conflent Canigó n'est pas encore en demande de ses nouvelles techniques d'accueil, néanmoins nous souhaitons nous orienter vers cette évolution pour pouvoir toucher une nouvelle clientèle et ainsi re-boosteur notre image et la rendre plus dynamique.

Actions menées :

- Depuis 2016 : Gestion des communautés réseaux sociaux et de l'accueil via ses réseaux.
- Depuis 2016 : Développement d'un site internet de destination, ajout d'une rubrique blog expert de la destination et d'une rubrique vivre les expériences rédigées par l'équipe de l'office de tourisme.
- Depuis 2016 : Participation aux pots d'accueil des Thermes.
- Depuis 2018 : Contenus vidéos « les coups de cœur des conseillers en séjour » sur Facebook une autre manière de diffuser l'information des animations du territoire.
- Depuis 2019 : Accueil à mobilité dans différents campings de la destination.
- Depuis 2019 : Optimisation des horaires d'ouverture en fonction de la fréquentation. Réduction des horaires d'ouverture.
- En 2020, avec la crise du Covid-19, ouverture d'un chat et des rendez-vous personnalisés en visio et sur place.
- En 2021 : Vente de Pass Villefranche, avec les différentes entrées des sites touristiques sur un seul et même billet avec réductions.
- En 2021 : Aquisition de tablettes numériques.
- En 2021 : Déménagement de l'office de tourisme de Molitg-les-Bains à la demande de la commune. Avec présence aux Thermes de Molitg-les-Bains 2 jours par semaine.

Actions à mener :

- Equipement en matériel numérique des antennes (tablettes, bornes numériques à l'extérieur des bureaux ou dans des points stratégiques de la destination)
- Développement des boutiques et de la billetterie
- Investissement dans du contenu en VR « réalité virtuelle » pour créer un effet waouh lors des salons.
- Optimisation des espaces d'accueil. Modernisation du mobilier et identité visuelle pour les antennes.
- Mise en place de panneaux d'informations dans les points stratégiques de la destination.
- Optimisation des horaires d'ouverture.
- Réduire ses impressions papiers dans une démarche de développement durable. En réflexion pour le guide hébergement d'un mode de diffusion.

Accueil en cas de crise sanitaire liée à un virus « COVID19 »

- Evaluer les risques
- Respecter les gestes sanitaires
- Protéger le personnel
- Eviter les regroupements
- Fermer les antennes au public, tout en assurant l'accueil téléphonique, courriel et numérique.
- Assurer la mise à jour de l'information en télétravail
- Communiquer via les réseaux sociaux et site internet
- Rester à l'écoute de nos socio-professionnels
- Respecter le plan de réouverture imposé par le gouvernement
- Communiquer uniquement sur des offres respectant les règles sanitaires
- Réduire les horaires et le personnel saisonnier
- Aménagement des antennes pour respecter les règles sanitaires
- Avertir le public avec un affichage extérieur complet