

METTRE EN PLACE LE CONSEIL EN SEJOUR DANS SON OFFICE DE TOURISME

La mise en œuvre du Conseil en Séjour est à la portée de tous les offices de tourisme mais elle doit être organisée. Contrairement à la révolution Internet, ce changement ne sonne pas toujours comme une évidence.

1 - LES ETAPES DE LA MISE EN OEUVRE DU CONSEIL EN SEJOUR

1.1 DECIDER LE CONSEIL EN SEJOUR

La mission de conseil et de prescription de l'offre touristique des personnels de l'office de tourisme doit être affirmée par la Présidence/Direction de l'office de tourisme.

- Auprès du personnel : pour que l'ensemble de l'équipe applique le conseil en séjour
- Auprès des socioprofessionnels : afin d'expliquer notamment que le personnel sera amené à :
 - sélectionner une offre adaptée (et non communiquer un listing de prestataires) aux besoins des visiteurs
 - connaître leurs prestations par le biais de visites terrain

1.2 ORGANISER SA MISE EN OEUVRE

- Organiser la mise en œuvre par mode de contact : quelles cibles en priorité et à quelles étapes de l'accueil ?
- Pour l'accueil comptoir, prévoir une organisation dans chacun des deux cas : moments de flux importants (sur rendez-vous ?)/autres moments

1.3 DEVELOPPER LES COMPETENCES, CREER LES OUTILS NECESSAIRES

- Développer les compétences par le parcours de formation (ou remise à niveau)
- Finaliser avec l'équipe de l'OT les outils créés en formation
- Accorder du temps aux visites des prestataires locaux hors saison et à la lecture de leur site internet. Faire partager les informations recueillies et les interpréter collectivement
- Mise en place, si possible, d'une auto-évaluation interne de la prestation de Conseil en séjour => axes d'amélioration

2 - LES ACTEURS DE LA MISE EN OEUVRE DU CONSEIL EN SEJOUR

- Les Conseillers en séjour permanents : acteurs de la mise en œuvre
- Le Responsable Accueil : coordinateur mise en œuvre
- Le Référent Qualité : coordinateur qualité
- La Direction ou le Dirigeant responsable (si pas de Direction) : décideur/évaluateur

3 - LES COMPLEMENTS INDISPENSABLES

- Un **espace accueil valorisant le territoire** grâce à une **mise en valeur de son identité** (rend concret et illustre le discours de valorisation du territoire par le CSJ)
- Un espace accueil qui **valorise les autres territoires de la même destination touristique** (réciprocité gagnant gagnant entre OT partenaires)
- Un **accès libre à l'information organisé et limité** quand elle prend la forme de dépliant individuel papier
- Un « **espace client** » **bien identifiable, confortable**, dédié aux visiteurs pour prendre connaissance librement des informations collectées (avant ou après un premier contact avec le CSJ)
- Une **activité de vente/réservation d'hébergement, d'activités, visites guidées, billetterie animations, supports...** pour concrétiser immédiatement l'envie suscitée (service en ligne et surplace à organiser à la bonne échelle géographique)