

## POLITIQUE QUALITE

### 1. ENGAGEMENT ENVERS LA COLLECTIVITÉ

- Ces engagements sont définis par la Convention triennale d'objectifs et de moyens entre la Mairie et l'EPIC.

### 2. ENGAGEMENT EN INTERNE

- Assurer la formation du personnel et l'évaluation du personnel
- Assurer le recrutement de saisonniers compétent et leur évaluation
- Assurer la fluidité de la communication interne

**Indicateurs :** *attestations de formation ; fiche des entretiens individuels et professionnels ; fiches d'évaluation des saisonniers ; bilan des saisonniers ; utilisation de Google Drive pour tout le personnel de l'Office.*

#### **Pistes de progrès :**

- a) Organiser des formations en interne : bureautique (word, excel, Canva...)
- b) Travailler davantage avec le service RH de la Mairie pour le recrutement
- c) Proposer la formation « accueil » à des services d'accueil d'autres satellites municipaux accueillant de la clientèle touristique (Capitainerie, Camping municipal, etc.)

### 3. ENGAGEMENT ENVERS LES VISITEURS

- Assurer la visibilité et l'accessibilité de l'OT
- Garantir la qualité des lieux
- Garantir un accueil unique : personnalisé, chaleureux, limiter le temps d'attente, favoriser les outils numériques
- Appliquer ce niveau d'accueil au téléphone, par courriel et via les réseaux sociaux :
  - o Faciliter l'information touristique 7j/7 : demande via le site Internet, les avis et messages Google, réseaux sociaux
  - o Gérer les suggestions, remarques, réclamations

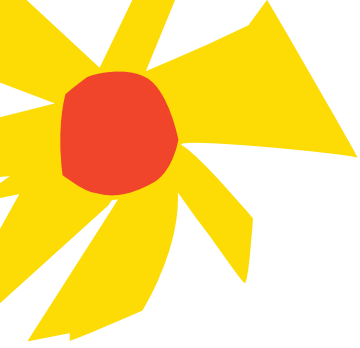
**Indicateurs :** *statistiques de fréquentation du site Internet et des réseaux sociaux ; bilan des réclamations ; compte-rendu des CQL ; satisfaction (vis-à-vis, mail, visites...); travaux aménagement de l'accueil*

#### **Pistes de progrès :**

- a) Intégrer de façon systématique l'utilisation du portable (envoi d'information, point GPS, itinéraires, SMS)
- b) Développer la présence hors les murs : points stratégiques de la commune ; utilisation d'un triporteur itinérant ; chez les hébergeurs

### 4. ENGAGEMENTS ENVERS LES PARTENAIRES

- Fédérer les partenaires, animer le réseau pro
- Développer Leucate Business : mise en place d'ateliers ; diffusion d'une lettre d'information spécifique ; livraison sur site de documentation ; alertes SMS dédiées, renforcement des actions



- conjointes, création d'une page pro sur le site Internet, partage des datas de fréquentation (G2A, Flux-vision, etc.) et d'évaluation (solution Fairquest)
- Poursuivre nos efforts de sensibilisation aux démarches qualité et de développement durable
- Mise en place de partenariat (pour la documentation, pour les balades, pour les labels)
- Visite des installations et des services proposés par les professionnels partenaires avec évaluation et retour d'expérience

**Indicateur :** *compte-rendu de réunions; tournées de distribution; bilan vente pack commerciaux; statistique site Internet; nombre de conventions signées; planning shooting photo-vidéo; relais d'information sur les réseaux sociaux; page PRO du site Internet*

**Pistes de progrès :**

- a) Favoriser la mise en relation des prestataires entre eux
- b) Mettre à profit le savoir-faire de l'office de Tourisme : vente en direct/vente en ligne

## 5. ENGAGEMENT LIÉS A LA PROMOTION ET A LA COMMUNICATION

### *Le Print*

- Décliner l'offre touristique sur différents thématiques: hébergement, glisse, informations pratiques, famille, randonnées...
- Établir des actions partenariales avec les prestataires avec plusieurs niveaux de lisibilité

### *Web/réseaux sociaux*

- Promouvoir l'offre touristique et les événements de la station
- Répondre rapidement aux messages privés
- Publier du contenu attractif, immersif, expérientiel (vidéo, stories )
- Intéragir (stratégie participative) avec les internautes

### *Evènement*

- Collaborer avec le service communication de la ville

### *Presse*

- En coordination avec le CRT Occitanie, l'Agence du Développement Touristique de l'Aude, l'Office de Tourisme de la Côte du midi, Leucate accueille des journalistes de presse écrite ou TV.

### **Indicateurs :**

Nombre de brochures éditées / Bilan des actions commerciales / Bilan statistique Site et RS (nombre de clics, page d'entrée, nombre de commentaires, de likes...) / nombre d'articles presse parus

### **Pistes de progrès :**

- a) Faire évoluer les brochures : nouveaux supports, nouvelles thématiques, nouveaux formats avec davantage d'interactivités entre le print et le digital
- b) Systématiser nos réponses sur les sites d'avis / développer des jeux concours
- c) Créer une nouvelle page Qualité sur le site Internet

**Parce que pour nous, votre SATISFACTION c'est notre REUSSITE,  
notre gage de BONHEUR PARTAGÉ !**