

CLUB QUALIVAR HOTELLERIE DE PLEIN AIR

Synthèse des audits 2009



Sommaire de la présentation

- Rappel de la démarche
- Camping Qualité : Quelques chiffres
- Enjeux et objectifs de la démarche Camping Qualité
- les participants à la démarche Camping Qualité 2009
- les indices qualité
- les moyennes générales
- les actions indispensables

Questions / réponses / échanges



RAPPEL DE LA DEMARCHE

Les actions du Club Quali
Var auprès des 69
campings Varois

- Un accompagnement des gestionnaires de terrains de campings Varois dans le développement de leur politique QUALITE
- Le club propose des actions et des outils qui permettent aux professionnels :
 - -de vérifier régulièrement le niveau de qualité des prestations fournies par leur établissement (audit/référentiel Camping Qualité)
 - -d'adapter ce niveau de qualité aux exigences de leurs clientèles (actions d'accompagnement collectives et/ou individuelles)
 - -de favoriser leur visibilité auprès de leurs clientèles (valorisation via sites www.var-provence.com et www.visitvar.fr et brochures OTSI, CDT)

LA DEMARCHE CAMPING QUALITE

En 2008 :

1010 campings
adhérents

Près de 167 000
emplacements

La démarche qualité la
plus mobilisatrice dans
le milieu du tourisme

LA DEMARCHE CAMPING QUALITE

LES ENJEUX :

Un Enjeu
économique

Un Enjeu
Stratégique

Un Enjeu
commercial

- Augmenter la compétitivité de son entreprise
- Satisfaire et dépasser les exigences clients
- Se différencier face à une concurrence de plus en plus structurée

LES OBJECTIFS :

Amélioration
continue

Outil de
management

Organisation
renforcée

- S'engager dans **l'amélioration continue** pour une meilleure adaptation aux tendances du marché
- Faire de la grille **un outil de management** en privilégiant l'auto contrôle (tableau final des rapports 2009) et en intégrant l'équipe dans la réflexion qualité
- Favoriser **l'organisation** générale de l'entreprise en mettant en place ses outils d'amélioration (procédures, tableau d'analyse...)

LA DEMARCHE CAMPING QUALITE

GARDER EN MÉMOIRE LES 3 R :

Réflexion
Remise en Cause
Réactivité

RENFORCER LA QUALITÉ A TOUS LES NIVEAUX

- La qualité c'est chaque année même hors audit !
- La qualité se mesure grâce aux indicateurs qualité (enquête / livre d'or / fiche réclamation)
- La qualité c'est l'évolution perpétuelle avec une véritable politique de formation interne

LA DEMARCHE 2009 : une démarche d'exigences

5 ENGAGEMENTS A RESPECTER

- Accueil
- Emplacement
- Propreté
- Environnement

- Information

Des engagements
éliminatoires

Une note obligatoirement
supérieure à 80%

Seul engagement non
éliminatoire... Mais pour
la dernière année

LA DEMARCHE CAMPING QUALITE 2009 dans le VAR

29 terrains audités

3 nouveaux inscrits

1 camping n+3

2 campings n+6

11 campings n+9

12 campings n+12

Une même méthodologie d'audit :

Une nuit sur place, audit avec la grille d'entrée

L'ÉCHELLE DES INDICES QUALITÉ

100 %	Excellent
95 à 99 %	Très bon
90 à 95 %	Bon
80 à 89 %	Assez Bon
70 à 79 %	Passable
60 à 69 %	Médiocre
50 à 59 %	Mauvais

*S'engager dans la démarche qualité, c'est
viser l'excellence...*

LES MOYENNES GENERALES DES 5 ENGAGEMENTS

UNE MOYENNE GENERALE DE
87.3%

Comparatif 2009 :

Rhône Alpes : 88,2

Lorraine : 82,7

Haute France : 86,9

Bas Rhin : 82,4

LE DECOUPAGE DES MOYENNES GENERALES

Engagement accueil

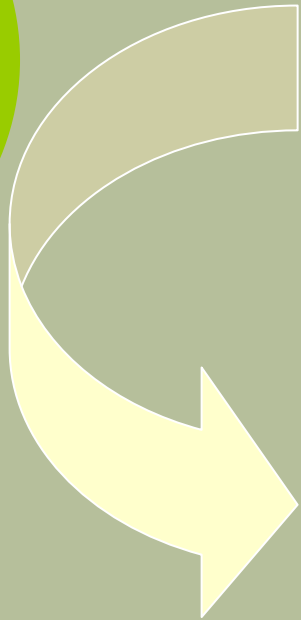
ENGAGEMENT ACCUEIL			
Note générale	89,4%	Accueil téléphonique	88,2%
		Espace réception	91,9%
		Accueil en direct	86,6%
		Prestations de départ	90,3%

Les principaux points faibles :

- Absence de procédures d'accueil (téléphonique et en direct)
- Manque de promotion générale des structures
- Des outils de mesure de la qualité trop restreints

LES INDISPENSABLES


LA RÉSERVATION TÉLÉPHONIQUE



- **Connaître les techniques d'accueil**
- **Sensibiliser le personnel aux techniques d'accueil**
- **Mener & Animer l'entretien**
- **Poser les questions essentielles / cibler le client**
- **Reformuler systématiquement**
- **Préparer un argumentaire de vente du camping (mise en avant des points forts...)**
- **Être sympathique & chaleureux**
- **Laisser une excellente impression**


LES INDISPENSABLES

L'ACCUEIL EN DIRECT

- 
- **Travailler l'accueil structurel et l'attractivité des espaces accueil**
 - **Sensibiliser le personnel aux techniques d'accueil**
 - **Favoriser le sourire et la disponibilité naturelle**
 - **Volonté de réussir l'accueil**

LES INDISPENSABLES

LES PRESTATIONS DE DÉPART

- 
- **Détailler la facture aux clients**
 - **Mettre en place des indicateurs de qualité**
 - **Donner la possibilité aux clients de s'exprimer sur le terrain (livre d'or, enquête de satisfaction...)**
 - **Leur laisser un souvenir inoubliable**

LE DECOUPAGE DES MOYENNES GENERALES

ENGAGEMENT INFORMATION

ENGAGEMENT INFORMATION					
Note générale	83,3%	Information générale	83,1%	Brochure et site	79,1%
		Accès au terrain	87,2%	Informations Pratiques	90,8%
				Option Locatifs (uniquement information)	83,5%

Les principaux points faibles :

- Manque de construction de la communication du terrain avec l'outil Grille
- Manque d'informations pratiques sur le site et la brochure, conformément à la grille CQ

LES INDISPENSABLES

INFORMATION GÉNÉRALE

- **Se servir de la grille CQ comme outil (mettre les infos dans la lettre par exemple)**
- **Entamer une réflexion sur le E marketing**
- **Prendre le temps de la réflexion sur son produit en hors saison**
- **Rédiger systématiquement un cahier des charges précis avant de travailler avec l'imprimeur ou l'agence de communication (clientèle ciblée, mise en avant des points forts...)**
- **Sélectionner soigneusement les photographies**
- **Travailler l'attractivité esthétique de la brochure**
- **Insérer les informations essentielles**

LE DECOUPAGE DES MOYENNES GENERALES

ENGAGEMENT EMPLACEMENT

ENGAGEMENT EMPLACEMENT					
Note générale	87,1%	Extérieur et entrée du terrain	92,6%		
		Emplacements	88,2%	Emplacements nus	84,3%
				Option Locatifs (uniquement emplacements)	88,5%
		Aménagements généraux	91,3%		
		Sanitaires	82,2%	sanitaire le plus ancien	80,5%
				sanitaire le plus moderne	85,0%
		Jeux et loisirs	89,9%	jeux	89,7%
				Option animation quotidienne	96,8%
				Option animation ponctuelle	87,3%

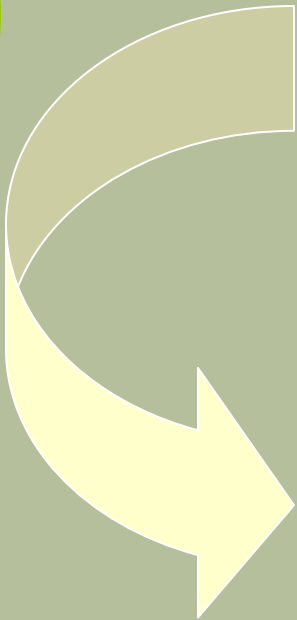
LE DECOUPAGE DES MOYENNES GENERALES

ENGAGEMENT EMPLACEMENT

Services annexes (épicerie, bar snack, restaurant, piscine, animations)	86,6%	Option épicerie	92,8%
		Option piscine	84,8%
		Option bien être	100,0%
		Option Plats cuisinés	92,5%
		Option Bar/ resto général	87,9%
		Option bar snack	90,1%
		Option restaurant	86,3%
		Option locatifs (information et emplacements)	86,3%

LES INDISPENSABLES

LES EMPLACEMENTS



- **Travailler sur la valeur ajoutée, le sens du détail :**
 - **Éléments esthétiques (décoration des sanitaires, paysager...)**
 - **Éléments de confort (jouer la carte de l'originalité, de la différence...)**

LES INDISPENSABLES

LES POINTS OPTIONNELS



- **Maîtriser le produit camping (même avec des équipements en gérance)**
- **Favoriser l'uniformité du produit dans les services annexes (affichages harmonieux...)**
- **Garder le sens du détail**

ENGAGEMENT PROPRETE

ENGAGEMENT PROPRETE			
Note générale	87,3%	Propreté sanitaire le plus ancien	84,7%
		Propreté sanitaire le plus moderne	86,0%
		Propreté du site	89,0%

Les points Forts :

Une bonne propreté générale sur l'ensemble des terrains.

LES INDISPENSABLES

LA PROPRETE SUR LE TERRAIN

Vérifier régulièrement la présence de détritrus sur le terrain

- **Sensibilisation du personnel à la gestion de la propreté sur le site**

Camoufler les poubelles ou espaces poubelles

- **Favoriser l'esthétisme du camping**
- **Travailler sur les procédures internes**

LE DECOUPAGE DES MOYENNES GENERALES

ENGAGEMENT ENVIRONNEMENT

ENGAGEMENT ENVIRONNEMENT			
Note générale	92,8 %	Information et sensibilisation	76,4 %
		Aménagement paysager	93,7 %
		gestion des énergies	82,3 %
		Gestion des déchets	83,1 %
Moyenne des points bonus obtenus	4,43		

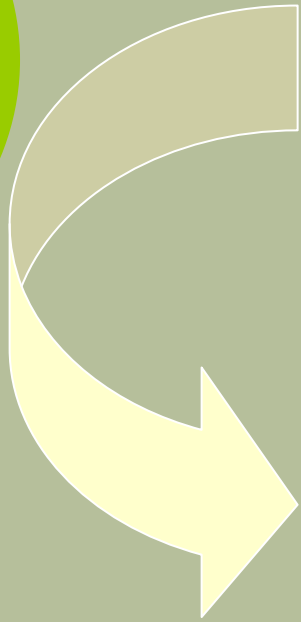
Les points Faibles :

Pas assez de communication sur le respect de l'environnement

Manque d'utilisation d'énergies renouvelables

LES INDISPENSABLES

LES POINTS ENVIRONNEMENTAUX



- **Mieux communiquer sur le respect de l'environnement**
- **Mieux communiquer sur les engagements du camping sur l'environnement**
- **Entamer une réflexion sur la gestion environnementale du terrain à court et moyen terme**

PROFITEZ DU HORS SAISON POUR :

- ❖ **RÉFLÉCHIR SUR LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE ET LE POSITIONNEMENT PRODUIT**
- ❖ **METTRE EN PLACE DES PROCÉDURES QUALITE**
- ❖ **SUIVRE UN PROGRAMME DE FORMATION**
- ❖ **SENSIBILISER LES ÉQUIPES À LA QUALITÉ**