

# Les indicateurs dans Mon Office de Tourisme



**Mon contexte**

# Mon contexte

Une structure : l'OT de Sauternes et Graves

**OT intercommunautaire**

(2 communautés de communes / 27 communes)

**6 ETP**

**Budget de fonctionnement 2012**

309 400 € ht

# Mon contexte

**Le contexte mouvant des offices de tourisme**

## **De nouvelles missions**

une évolution obligatoire des métiers à encadrer

## **Une concurrence accrue**

des services à renouveler

## **Un cadre économique instable ?**

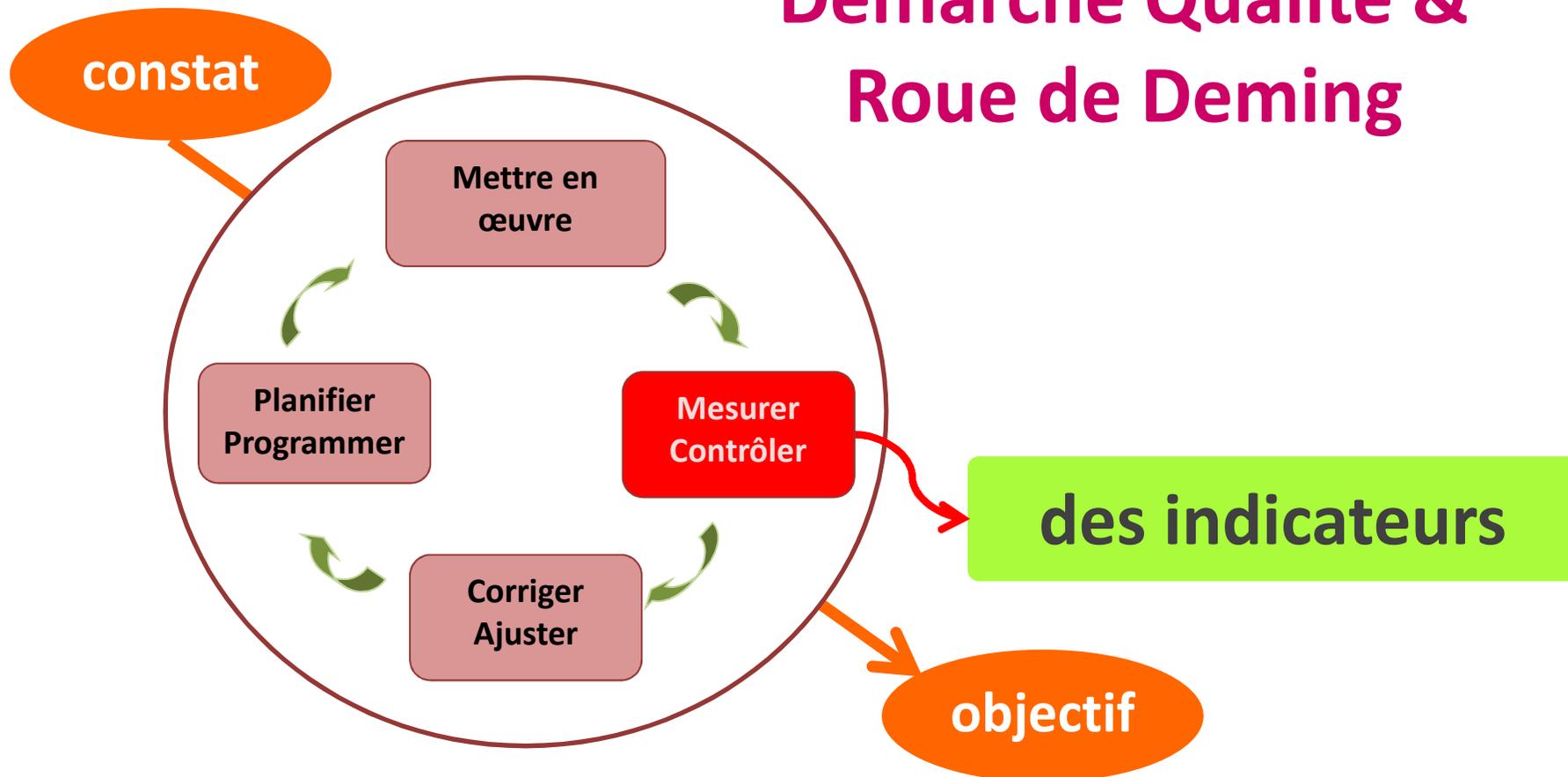
des ressources à sécuriser, des dépenses à maîtriser

**REPONDRE A UNE EXIGENCE D'EFFICACITE  
COLLECTIVE ET INDIVIDUELLE**

# des indicateurs « qualité »

Pour un fonctionnement maîtrisé

## Démarche Qualité & Roue de Deming



# des indicateurs « qualité »

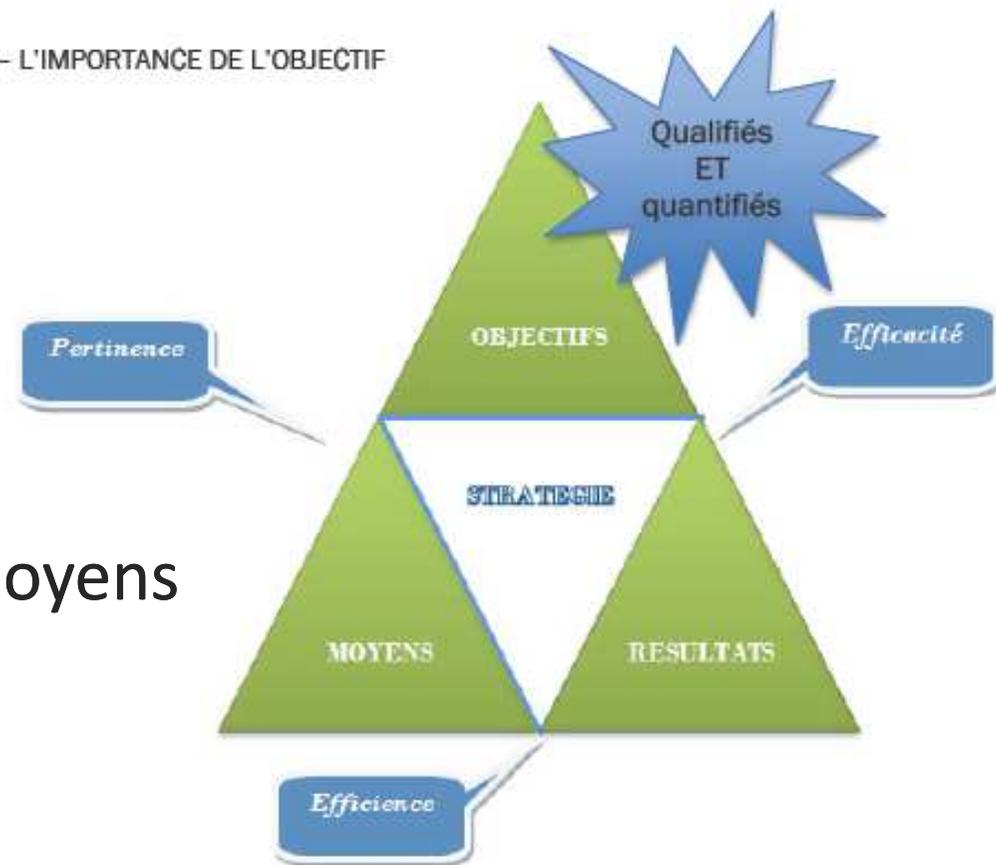
## pour piloter ma structure

MESURE de la performance  
à partir d'objectifs :

A - L'IMPORTANCE DE L'OBJECTIF

Quantifiés,  
donc atteignables

Définis en fonction des moyens  
Pertinence



# des indicateurs « qualité »

Des indicateurs pour  
une mesure effective

- ✓ Permettent de **calibrer** chaque action
- ✓ Permettent de **mesurer le résultat** obtenu
- ✓ Permettent de **mesurer l'écart** entre l'objectif et le résultat

# des indicateurs « qualité »

## Indicateurs d'activité

- ✓ **Ce sont des données brutes, quantifiables**
- ✓ **Ces indicateurs servent à mesurer un résultat**

## INDICATEURS D'ACTIVITE

unité

### Exploitation hebdomadaire

|   |                   |
|---|-------------------|
| nombre de clients visites guidées       | clients           |
| Chiffre d'affaire locations de vélos    | CA en €           |
| CA excursions / visites                 | CA en €           |
| Nombre d'enquêtes satisfactions Accueil | en valeur / unité |
| CA boutique accueil                     | en €              |

### Exploitation mensuelle

|   |                 |
|---|-----------------|
| <b>Actes de renseignements</b> (physique, mail, tel, web) | Nbr contacts    |
| Demandes Mail accueil                                     | mails           |
| CA séjour   | CA en €         |
| CA groupe global  | CA en €         |
| nombre de demandes / devis (groupes)                      | en valeur       |
| Nombre d'ateliers numériques                              | nbr 1/2 journée |
| CA billetterie  | en €            |

### Exploitation semestrielle / annuelle

|  |                       |
|--|-----------------------|
| <u><a href="#">Retombées des visites guidées</a></u> | <b>En € / château</b> |
| Taxe de séjour                                       | en €                  |
| Nombre de partenaires de l'OT                        | Packs vendus          |
| CA pack partenaires                                  | en €                  |

# des indicateurs « qualité »

## Indicateurs de satisfaction

| <b>Indicateurs de satisfaction</b>            |         |
|---|---------|
|   | unité   |
| <b>degrés de satisfaction des clients</b>     | smiley  |
| <b>degrés de satisfaction des partenaires</b> | smiley  |
| <b>Tx de fidélisation des partenaires</b>     | %       |
| <b>nombre de plaintes</b>                     | valeurs |

# des indicateurs « qualité »

## Indicateurs d'efficacité

Permettent de valider le résultat d'une action ou de mesurer l'écart entre ce résultat et l'objectif

### Indicateurs d'efficacité

|  |          |
|--|----------|
| évolution de la fréquentation accueil      | + / - %  |
| évolution de la fréquentation site web : % | + / - %  |
| progression vente visites guidées          | + / - %  |
| Tx de remplissage / produits               | %        |
| Marge sur séjours / groupes                | € et %   |
| Progression du volume de la Taxe de Sejour | + / - %  |
| évolution nombre de prestataires / pack    | %        |
| <b>Taux de couverture par activité</b>     | <b>%</b> |

# des indicateurs « qualité »

## Le tableau de bord

- ✓ Outil collaboratif
- ✓ Maîtriser le rythme de déroulement d'une action
- ✓ Anticiper sur un éventuel écart résultat / objectif

Le tableau de bord /  
**action de développement**

Le tableau de bord /  
**action commerciale**

**Des indicateurs « de base »**

# Les indicateurs des base

*Méthode issue d'un PLF – cabinet Stratégie et Développement*

- ✓ **Permettent d'évaluer le coût réel d'une action / mission portée par l'Office de Tourisme**
- ✓ **Donne une valeur économique aux services proposés par l'Office de Tourisme**

# Des indicateurs « de base »

LE COUT DE L'AGENT

LE COUT DU SERVICE

**important**

Ne tenir compte que des ETP opérationnels

Bien mesurer la répartition des missions de chaque collaborateur

# Des indicateurs « de base »

## LE COUT DE L'AGENT

Chiffres 2012

Coût de fonctionnement  
de la structure  
299 400 €

Nombre d'ETP  
opérationnel  
4,9

Coût de l'agent

|   |            |           |
|---|------------|-----------|
| <b>Coût d'un équivalent temps plein</b> | Annuel     | 61 102,04 |
|   | Mensuel    | 5 091,84  |
|   | Journalier | 277,74    |

Méthode Stratégie et Développement

# Des indicateurs « de base »

## LE COUT DE SERVICE

Chiffres 2012

Cout annuel d'un ETP  
61 102 €

Part d'ETP consacré  
au service  
*Base répartition du  
temps de travail*

Coût du service

Méthode Stratégie et Développement

# Exemple cas concret

## LE COUT DE SERVICE

### Service Coordination des partenaires

Cout annuel d'un ETP

**61 102 €**

Part d'ETP consacré  
au service

**0,825**

Coût du service 2012 : **50 409 €**

### Exploitation de cet indicateur « **50 409 €** »

- 220 partenaires professionnels en 2012
- Soit un service estimé à **229 € ht** par partenaire
- Montant du partenariat basique en 2012 : **90 € ttc**

# Exemple cas concret

Indicateurs 2012

## Service Coordination des partenaires

Objectif 2012

Fidéliser notre réseau de partenaires : *taux de départ < 10%*

Accroître notre réseau de partenaires : *soldes positifs de 10%*

Développer des ressources supplémentaires : *+35 % de CA*

Moyens

Du temps de développement détaché pour chaque collaborateur

**0,825 ETP**

Une nouvelle gamme de service plus attractive

Un accompagnement individuel disponible

# Exemple cas concret

Indicateurs 2012

## Service Coordination des partenaires

### activité

Nombre de partenaires dans le réseau de l'OT : **220**

Chiffre d'affaire généré par le partenariat : **23 700 € ttc**

### satisfaction

Taux de fidélisation des partenaires de l'OT : **88 % (21 pertes)**

### efficacité

Evolution du nombre de partenaires : **+ 29 %**

Evolution Chiffre d'affaire « partenariat » : **+ 67 % (+9500€)**

# Exemple cas concret

Indicateurs 2012

## Service Coordination des partenaires

### activité

Nombre de partenaires dans le réseau de l'OT : **220**

Chiffre d'affaire généré par le partenariat : **23 700 € ttc**

### satisfaction

Taux de fidélisation des partenaires de l'OT : **88 % (21 pertes)**

### efficacité

Evolution du nombre de partenaires : **+ 29 %**

Evolution Chiffre d'affaire « partenariat » : **+ 67 % (+9500€)**