

Objectifs - Actions	moyens - temps	responsables	délais	coût	Réalisation	Évaluation Responsable	Évaluation Bureau
Accueil - Information - Conseil							
Accueillir, informer, intéresser et séduire les touristes circulant sur le territoire							
Aller vers l'amélioration des services internes Suivre les documents Qualité : MAQ/FI/Modèles/Tableaux	Revoir les fiches d'instruction, modèles, remarques. Retravailler les bilans Suivre les recommandations de l'audit de suivi 1/2 journée par semaine	LD	année	temps	en cours	MAQ et fiches de procédures à revoir en 2020 - A voir si volonté ou pas de la nouvelle gouvernance de continuer ce travail.	
Communiquer sur la Marque Qualité	Travailler sur la politique touristique de l'OT en lien avec les attentes de la CCBV Transmettre aux prestataires et élus la politique et objectif de l'OT, les bilans qualité et fréquentation sur le territoire	LD	année		en cours	Les bilans réalisés à transmettre aux structures concernées.	
Connaître sa clientèle - Mettre en place une stratégie de Gestion Relation Clients suivre sa clientèle avant-pendant-après le séjour - Définir une charte éditoriale Distribuer un minimum de 500 questionnaires pendant les vacances de février, de Pâques, d'été et de la Toussaint. Proposer un questionnaire en ligne pour les demandes mails Questionnaire à diffuser auprès des partenaires volontaires (comparaison N-1)	Éditer le questionnaire et les fiches de remarques Formation GRC (Gestion Relation Client Avant-pendant-après) et développer le e-marketing - SUIVRE LE PLAN D'ACTION GRC 1/2 journée par semaine Définir sa ligne éditoriale - son message / clientèle Travailler sur les clientèles cibles définies (camping-caristes, familles, jeunes dynamiques) Réaliser un PLAN D'ACTION PAR CLIENTELE 1/2 journée/semaine	LD / LP / GRC / NV / Edito	année	ramette papier + temps	en cours	388 questionnaires de stisaction récoltés à l'accueil de Baugé / 17 à Beaufort. Le plan d'action GRC pas suivi. Ligne éditoriale pour la clientèle camping-cariste aboutie - questionnaire diffusé à l'accueil de Baugé - Suivi du plan d'action à révoir. A revoir en 2020 le suivi des plans d'action lors des réunions de travail entre les salariés.	
Travailler sur l'image de la destination Transmission des retours de la clientèle aux prestas et collectivités. Affichage dispos hébergement du 15/06 au 15/09 - Connaître les ouvertures des restaurants Envoyer les listings des restaurants ouverts/animations chaque semaines de mai à oct. à tous les prestataires pour info Prendre en compte les remarques des clients, faire remonter l'information aux communes pour actions, aux structures concernées et au GQD.	Bien connaître son territoire-son offre et savoir la vendre Mettre en pratique les formations et suivre de nouvelles formations Travailler en partenariat avec les prestataires 1 journée/semaine	LD avec LP et NV	année	déplacement pour les visites voir réseau	réalisé	Relationnel important avec les prestataires mais qui pourrait être plus soutenu : Suivi des porteurs de projets, suivi des visites de terrain faire un retour aux prestataires. Les actions disponibilités, listing restaurateurs etc sont bien suivies.	

Objectifs - Actions	moyens - temps	Qui	délais	coût	réalisat°	Évaluation Responsable	Évaluation Bureau
Améliorer la satisfaction clientèle : (avoir 90% de retours satisfaits par rapport aux questionnaires et autres indicateurs)	Suivre les réclamations, Consulter ts les jours cahier de liaison, Boîte à idées, Réduire les dysfonctionnements. Aménagement de l'accueil, Accessibilité à la documentation et à l'information Proposer des produits correspondants à la clientèle (famille, c.caristes...) Mettre en pratique les formations suivies : APEX 15 minutes/jour	LD	année		réalisé	La clientèle est satisfaite de l'accueil de l'OT à 97%. De nouveaux produits Toutourisme et vacances en famille sont appréciés par les clients.	
Connaître les flux pour mieux conseiller la clientèle sur le territoire - Développer un Schema d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) (Améliorer la satisfaction client)	Faire un diagnostic du territoire (en cours) - Définir les partenaires sur lesquels l'OT peut s'appuyer - Définir les lieux porteurs où proposer un OTHM - Proposer un accueil conseil de qualité dans tous les BIT, mettre en œuvre la démarche qualité, formation des saisonniers, suivre les BIT 1journée/semaine	LD	avril à nov.		réalisé	Travail effectué par l'agence Protourisme, dans le cadre du diagnostic du territoire réalisé par la CCBV. Démarche qualité initiée au BIT de Beaufort : procédure, questionnaires, remarques (peu de retours - 17).	
Office de Tourisme hors les murs- Démarcher la clientèle à l'extérieur des bureaux d'accueil - Connaître les flux - Éviter la multiplication des BIT (Augmenter la diffusion de l'info/2018)	S'appuyer sur le SADI pour définir les sites de diffusion - aller à la rencontre de la clientèle. Outils adaptés (matériel, véhicule logoté... pour porter l'image du territoire) 70h/année	LD	Préparation : avril - opération de juin à sept.		réalisé	Le SADI a confirmé les choix faits par l'OT sur les lieux d'OT hors les murs. Certains sont à renforcer comme à Mazé. 39 sorties contre 32 en 2018 et 986 clients rencontrés contre 477 en 2018, 2.260 documents diffusés contre 1.376 en 2018.	
Développer une boutique pour promouvoir les produits locaux rechercher des produits facile à vendre les mettre en valeur à l'accueil et sur les réseaux (Augmenter le CA comparaison N-1)	Suivi des inventaires et des stocks suivi des nouveautés (réseaux, web...)	LP	1er semestre		réalisé	Le CA est de 1854,8€ contre 1864,9€ en 2018 soit équivalent.	

Randonnée - Contribuer à la défense et à la mise en valeur des richesses naturelles et patrimoniales du territoire

Objectifs - Actions	moyens - temps	Qui	délais	coût	réalisat°	Évaluation Responsable	Évaluation Bureau
Animer les circuits Proposer des sorties Pédestres - trouver de nouveaux parcours pour les randonnées mensuelles - redynamiser les sorties (Comparaison N-1)	Organiser des réunions de travail avec la commission. Encadrer les randos par des bénévoles - Organiser une randonnée sur la journée - 1/2 journée mois	NV	année				
Suivre le développement de l'activité vélo Mettre en avant le label accueil vélo Faire la promotion des circuits et location sur les supports de communication (locations N-1)	Réviser les vélos par un pro - Afficher l'information visiblement à l'OT Acheter de nouveaux matériels si besoin Entretien des vélos régulièrement (nettoyage poussière - changer les petits matériels (sonnettes, garde boue...) Sortir les vélos - rentrer les vélos (15 minutes/jours) Suivre les critères du label Accueil vélo	NV	année		réalisé	Locations vélos 876€ en 2018 - 978€ en 2019 soit plus de 100€ supplémentaires. Le Label accueil vélo a été renouvelé. Belle promotion sur les OTHM et lors de la fête du vélo du 16 juin (diffusion des parcours vélos). 53 marais -17 mazé-beaufort - 18 Breil - 63 parçay - 81 voie verte.	
Développer - Suivre le Géocaching : Promouvoir l'offre (mesurer la fréquence des demandes + visualisation du doc)	Diffuser l'information sur nos supports de communication (page web - Facebook - Twitter - Instagram - print) Suivre les caches : propreté, matériel... Répondre aux commentaires des géocacheurs Suivre la fréquentation 1 heure tous les 15 jours	NV	année		réalisé	Bel engagement sur l'entretien et le suivi des caches. Des retours positifs des géocacheurs + de 50 retours mails de géocacheurs et diffusion de 110 documents Marc Ô Sol (géocaches pour les enfants). Promotion sur les réseaux à augmentée.	

Promotion communication - Accroître l'attractivité et l'activité touristiques de son territoire

Objectifs - Actions	moyens - temps	Qui	délais	coût	réalisé*	Évaluation Responsable	Évaluation Bureau
PROMOUVOIR LE TERRITOIRE SUR LES SALONS							
SIT Nantes - 20ème Salon International du Tourisme - 130km - du 25 au 27 janvier 20189 - Parc des expos La Beaujoire - 458 exposants 36.834 visiteurs	Participer avec l'OT d'Angers - Préparer l'action - Diffuser le Documentation - animations - Recherche de permanences - Participer - 4 jours.	LD	3ème trimestre 2018 - janvier 2019	3100€TTC pour 9m ² + Frais km/repas	réalisé	Nombre de contacts sur ces 3 jours : 386 contacts – 309 en 2018. 1ère journée très active le matin – après-midi plus calme = 102 contacts Samedi avec une fréquentation sur l'ensemble de la journée – après-midi plus calme à partir de 15h (tram bloqué par les manifestants) mais = 129 contacts Dimanche bonne affluence toute la journée = 155 contacts. - 401 guides touristiques - 218 dépliants château/apothicaiererie - 207 voies vertes - 113 clochers tors etc...	
Salon du Tourisme International à Rennes avec l'OTVL - 148km - du 1er au 3 février 2019 - Parc des expos (nombre de contacts)	Matériel - documentation - animations - Préparer et suivre le dossier Participer - 3 jours.	LD	3ème trimestre 2018	400€TTC pour un stand de 3m ² + Frais km/repas/hébergement	réalisé	Nombre de contacts sur ces 3 jours : 129 contacts 1ère journée = 48 contacts - Samedi = 45 contacts - Dimanche = 36 contacts- Diffusion : 140 guides touristiques, 116 voies vertes, 93 cartes vélo Anjou... Stand aménagé le jeudi – compliqué de mettre un dérouleur Insolite Anjou - pas de cohérence vis-à-vis des autres prestataires Sarthois – message confus pour le visiteur	
89ème Foire Expo d'Angers : 45km 25 AVRIL au 29 avril 2019 – 415 exposants - 46 000 visiteurs – Démarcher une clientèle de proximité - Promouvoir nos activités – Se faire connaître (nombre de contacts)	Matériel - documentation - animations - Proposer aux prestataires l'action - Préparation du dossier et suivi Recherche de permanences Participation - 6 jours.	LD	3ème trimestre 2018 - janvier et février 2019	14000€ pour 12m ² 1 angle + Frais km/repas	réalisé	Nombre de contacts sur ces 5 jours : 520 contacts (495 contacts en 2018). Bon emplacement - Forte demande sur les randonnées vélo/voie verte - Clientèle intéressée par les visites proposées et le territoire Baugeois-Vallée – pas de demande sur l'hébergement. Diffusion : 482 guides touristiques (505 en 2018) - 289 cartes touristiques (490 en 2018) - 164 clochers tors (106 en 2018) - 186 voies vertes (239 en 2018) - 120 Montgeoffroy (31 en 2018)	
Rencontre des Métiers du Patrimoine Mans'Art - 60km 27 au 28 avril 2019 Valoriser le patrimoine dans un cadre d'exception (nombre de contacts)	Matériel - documentation - animations - Préparer et suivre le dossier - Rechercher de permanences - Participer - 2 jours.	LD	3ème trimestre 2018 - janvier et février 2019	Prévu : 270€ TTC pour 9m ² + Frais km/40€ repas	réalisé	Nombre de contacts sur ces 2 jours : 231 contacts (166 contacts en 2018) - Temps maussade et froid. Samedi 135 contacts – dimanche 96 contacts Dimanche : faible affluence le matin. Beaucoup de passage en après-midi de 14h30 à 18h. Beaucoup de demandes sur le vélo. Stand avec l'association « Les Petites cités de caractère » Documentation diffusée : 167 guides touristiques (159 guides touristiques en 2018) - 120 guides des Plus Beaux Détours de France (198 PBDF en 2018) - 78 clochers tors (34 clochers tors en 2018) - 79 voies vertes (89 en 2018) - 100 cartes vélo Anjou (87 en 2018)	
Participer au WE des Jardiniers au Lude Démarcher une clientèle de proximité (comparaison N-1)	Être présent sur le stand des OT de destination "La Vallée du Loir" - suivre le dossier - 1 jour	LD	Avril à Juin	Frais km 50€	réalisé	Nombre de contacts : 53 contacts (24 contacts en 2018) - 81 visiteurs Après-midi très actif – temps très beau. Documentation diffusée : 53 guides touristiques - 43 cartes touristiques BV...	

PROMOUVOIR LE TERRITOIRE AVEC LES ÉDITIONS PRINT

<p align="center">Guide Touristique Sites / Hébergeurs 2020 Suivre l'édition du guide touristique 2019 Mettre à jour des informations <i>(Diffusion du document - satisfaction des prestas - satisfaction clients)</i></p>	<p>" Faire le bilan du support 2018 et aller vers l'amélioration : retours clients, prestataires, élus, habitants - Faire des photos des sites du territoire - Préparer le guide des partenaires - Envoyer par la poste les guides du partenaire aux prestataires touristiques. - Faire un rappel par mail à tous les prestataires. - Retour des informations pour le 15 octobre - Mettre à jour l'information touristique - Mettre à jour les informations avec les packs prestations de services - Suivre le dossier avec l'agence retenue pour la réalisation du guide - Envoyer début novembre l'ensemble de l'information (textes+photos) - Relire les éléments et corriger 1 mois/an</p>	LD	Année et septembre / décembre		réalisé	<p>Amélioration du guide, plus aéré, plus moderne. Nouvelles photos, faites lors du tournage, pour proposer une image nouvelle du territoire. Guide du partenaire envoyé début septembre à tous les prestataires touristiques - 88 retours de prestataires - BAT le 30/12/2019 Vérification de l'information et mise à jour des information sur e.sprit et sur la base excel. 76 heures consacrées à cette tâche pour la responsable.</p>	
<p align="center">Objectifs - Actions</p>	<p align="center">moyens - temps</p>	<p align="center">Qui</p>	<p align="center">délais</p>	<p align="center">coût</p>	<p align="center">réalisé*</p>	<p align="center">Évaluation Responsable</p>	<p align="center">Évaluation Bureau</p>
<p>Carte touristique sur Baugeois-Vallée Se doter d'un support à l'échelle du nouveau territoire</p>	<p>Définir les éléments à promouvoir sur la carte - cartographie - image forte.... - Travail avec agence + Imprimeur 35 heures</p>	LD	1er semestre		réalisé	<p>carte édité à 4,000 exemplaires - rééditée à 2.000 exemplaires. Très bonne diffusion auprès de la clientèle et des prestataires.</p>	
<p>Le Guide des animations Répondre à la demande de la clientèle (satisfaction client), saisir l'animation sur e.sprit : promotion de l'animation sur le site Anjou Tourisme + OT <i>(sonder la clientèle (visiteurs, locaux, élus) sur la satisfaction de ce support)</i></p>	<p>Relancer tous les 3 mois les associations et les mairies pour récolter l'information Suivre les supports d'information (journal, pages Facebook) Saisir l'information sur la base de données e.sprit Réaliser les documents tous les 3 mois Document estival (juillet-août-sept.) Demander des devis d'impression chez un imprimeur - Réaliser l'agenda des animations : mettre en page Traduire les thèmes-jours en GB Diffuser l'agenda sur Baugeois Vallée (mairies+commerces), prestataires, OT Anjou, mairies 1 mois/an</p>	NV LP AG	Année Tous les 3 mois		réalisé	<p>Bons retours de la clientèle et des prestataires touristiques. Diffusion retardée en été car mise en page plus longue que prévue par l'imprimeur. Nouvelle présentation plus attractive.</p>	
<p>Prendre une insertion publicitaire dans le guide de l'été CO/OF Développer les supports</p>	<p>Création en interne Insertions financées par l'OT. 2,5 jours/an</p>	LD	Février-Mars		réalisé	<p>2ème de couverture - bonne visibilité du territoire.</p>	
<p>Suivre les Fiches communes-Répondre aux demandes ciblées <i>(diffusion/N-1)</i></p>	<p>Mettre à jour les informations au cours du premier semestre - contacter les mairies et vérifier sur sites internet mairies</p>	LP NV	1er trimestre		réalisé	<p>987 fiches diffusées en 2019 - 1.097 en 2018</p>	
<p>Capter les groupes Réaliser un document pour les visites de groupes (à destination des associations-professionnels) - Utiliser les dossiers existants</p>	<p>Contacté par mail les sites accueillant les groupes - mettre à jour les informations - éditer le document - distribuer sur demande - 2 journées</p>	LD AG	Janvier		réalisé	<p>Document réalisé par l'alternante - reste encore quelques corrections à apporter.</p>	

PROMOUVOIR ET VENDRE LE TERRITOIRE SUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

<p>Suivre le site Internet - vitrine de Baugeois-Vallée (augmenter le nombre de visites sur le site)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir une stratégie web - Suivre et améliorer le site Internet avec l'agence - mettre à jour les informations - référencement - Améliorer le site GB <p>1 journée par semaine</p>	<p>NV</p>	<p>mise à jour en janv. et suivi quotidien</p>			<p>Stratégie web à travailler. L'agence Atmosphère pas toujours très réactive. Faire une veille plus poussée. Fréquentation du site en légère baisse 26.000 contre 28.000 en 2018.</p>	
<p>Promouvoir les professionnels sur le site Internet d'Anjou Tourisme Développer le mini site Guide de voyage Saisir et suivre les informations, mettre à jour les informations; animations, sites, activités de loisirs, hébergeurs, restaurateurs, producteurs locaux... (augmenter le nombre de visites sur le site)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Travailler sur E.Sprit le SIT du Département - (mini 68h) - Sélection des offres (10 expériences à vivre) + rédactionnel + photos - Informer et former les prestataires sur VIT - Travailler sur la place de marché 	<p>NV LD</p>	<p>année</p>		<p>réalisé</p>	<p>Guide de destination Baugeois-Vallée sur le site d'Anjou Tourisme réalisé. 65,000 visites sur l'année. le Top 10 des pages les + consultées : A noter, aucune page CMS dans ce Top 10. 2 après-midi découverte sur VIT proposés aux prestataires touristiques.</p> <p>Top 10 pages vues</p> <p>lien page</p> <p>RESTAURANT GUINGUETTE LA TABLE D'O, LES BOIS D'ANJOU</p> <p>CHÂTEAU DE MONTGEOFFROY, MAZE-MILON</p> <p>FETE DE BREIL, NOYANT-VILLAGES, Le 15 août 2019</p> <p>FÊTE DU GROS CROISSANT AU GUÉDENIAU, BAUGE-EN-ANJOU, Le 11 août 2019</p> <p>RÉVEILLON AU CABARET EQUESTRE ORSTELLA À FONTAINE GUÉRIN, LES BOIS D'ANJO</p> <p>HEBERGEMENT INSOLITE LA BULLE PERCHÉE, LES BOIS D'ANJOU</p> <p>MARCHÉ DE NOËL A BAUGÉ, BAUGE-EN-ANJOU, Du 13 déc 2019 au 15 déc 2019</p> <p>FOIRÉ DOMANIALE DE CHANDELAIS, BAUGE-EN-ANJOU</p> <p>FOIRE DE PÂQUES À BAUGÉ, BAUGE-EN-ANJOU, Du 20 avril 2019 au 21 avril 2019</p> <p>LA PAVOTTE RESTAURANT BAR COCKTAIL RHUMERIE, MAZE-MILON</p>	
<p>Facebook PAGE Généraliste - augmenter la visibilité du Baugeois (s'approcher de "1500 j'aime")</p>	<p>Approfondir ses connaissances des réseaux par des formations et la veille</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir une stratégie web - Faire à jour le mur au moins 2 fois/semaine - Proposer aux prestataires de faire vivre le mur - 15 minutes par jour 	<p>NV LD</p>	<p>année - quotidien</p>		<p>réalisé</p>	<p>Planning des publications réalisés. Partages réguliers. 1 252 "j'aime"</p>	
<p>Développer la page Facebook sur la vie du territoire - Mettre en valeur notre territoire - Promouvoir nos partenaires - Donner envie à la clientèle</p>	<p>Créer une page réservée aux prestataires touristiques (pack 80€)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faire Participer les partenaires - Prendre des photos et vidéos <p>15 minutes/jour</p>	<p>LD</p>	<p>année quotidien</p>		<p>réalisé</p>	<p>147 "j'aime" les prestataires ne s'emparent pas de cette page. Voir si maintient.</p>	
<p>Objectifs - Actions</p>	<p>moyens - temps</p>	<p>Qui</p>	<p>délais</p>	<p>coût</p>	<p>réalisat°</p>	<p>Évaluation Responsable</p>	<p>Évaluation Bureau</p>
<p>Instagram - Promouvoir l'image du territoire - Augmenter la notoriété et visibilité (nbre d'abonnés)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir une stratégie web <p>Poster au mini 1 fois par semaine une image du territoire</p> <p>15 minutes/semaine</p>	<p>LD NV</p>	<p>année</p>		<p>réalisé</p>	<p>2 comptes instagram : bageoisyes = 218 publications/344 abonnés/31 abonnements tourismebageoisvallee = 308 publications/488 abonnés/703 abonnements</p>	
<p>Twitter - Promouvoir l'image du territoire - Augmenter la notoriété et visibilité (nbre d'abonnés)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir une stratégie web <p>Twitter au mini 1 fois par semaine une information sur le territoire</p> <p>15 minutes/semaine</p>	<p>LD NV</p>	<p>année</p>		<p>réalisé</p>	<p>OT baugeois-vallée @bageoisYES a rejoint Twitter en juin 2015 131 abonnements/236 abonnés</p>	
<p>Offrir à la clientèle le téléchargement des circuits pédestres (suivre les téléchargements)</p>	<p>Recenser les circuits existants sur de nouvelles plateformes : Cirkwi (France randos - FranceGps.com - IGN- Randogps.net....) Faire une information aux prestataires sur les supports sur lesquels les circuits sont disponibles (OT, France touristic...)</p> <p>1/2 journée semaine</p>	<p>NV</p>	<p>année</p>		<p>réalisé</p>	<p>La saisonnière a saisi tous les circuits sur cirkwi et Touristic Tour.</p>	
<p>Réaliser une vidéo pour le lancement de la saison Promouvoir une image dynamique Office de Tourisme Baugeois-Vallée Mise en application des sites et réseaux sociaux (nombre de vues)</p>	<p>Écrire un scénario Trouver des participants Filmer Monter et Diffuser sur sites, youtube, instagram...</p>	<p>LD</p>	<p>1er semestre</p>	<p>13/01/2020</p>	<p>réalisé</p>	<p>4 films réalisés cet été de 2 minutes 2minutes 30 max sur Dormir/Bouger/Savourer/Découvrir - Les films seront diffusés en 2020 pour lancer la saison.</p>	<p>approuvé par RAQ Rédigé par RAQ</p>

<p>Réaliser et Suivre le Fichier clients A partir de ce fichier lancer des opérations de promotion 2 à 3 fois par an : ex. ouverture de site, promos sur des structures d'hébergement, lancement de programmes culturels..... Adopter une démarche plus commerciale.</p> <p>Promouvoir le territoire auprès de la clientèle</p> <p>- Informer la clientèle des nouveautés par la création et l'envoi de Newsletters (nombre d'abonnés)</p>	<p>Suivre les formations GRC/marketing de l'académie e-tourisme Préparer un plan d'action sur l'année Sélection de la clientèle - Déterminer les thèmes des newsletter selon les nouveautés et événements /la fréquence des envois... Rédiger Mettre en page Envoyer les newsletters par emailing aux clients 1/2 journée semaine</p>	LP LD	toute l'année		Pas réalisé	Plan d'action réalisé mais pas suivi.	
--	---	----------	---------------	--	-------------	---------------------------------------	--

AUTRES ACTIONS

<p>Faire la promotion des partenaires et des animations Suivre et mettre à jour l'écran vidéo</p>	<p>Proposer un diaporama attractif pour mettre en avant nos prestataires et les territoires - vérification régulière du diaporama - mise à jour des informations 2,5 jours</p>	LP	année		réalisé	écran bien géré avec la société Univision. Bon impact sur la clientèle.	
<p>Accueillir des journalistes Collaboration avec Anjou Tourisme</p>	<p>Diffuser l'information sur les nouveautés - Participer au réunion d'Anjou Tourisme - Accueillir sur place si demandes</p>	LD	année		réalisé	Accueil d'Alison Hughes journaliste à France Magazines (120.000 lecteurs Anglais et Américains). Envoyée par Anjou Tourisme les 28 au 30 juin 2019. Présente sur le territoire pendant 2 jours pour un reportage sur les clochers Tors.	
<p>Faire savoir - Newsletters - Informer les Mairies/Prestataires des actions de l'OT -</p>	<p>Réaliser et suivre avec la commission communication déterminer des thèmes - rédiger - mettre en page - 2 journées en mai et 2 journées en décembre.</p>	LD	2 publicat° dans l'année : Juin - décembre	10h par news	réalisé	Newsletter de juin réalisée : 56 vues sur calaméo - envoyée à tous les prestataires touristiques et élus de Baugeois-Vallée	
<p>Diffuser notre documentation touristique lors des bourses d'échanges sur le département</p>	<p>Récolter la documentation des sites du territoire - Diffuser le guide touristique dans les OT de l'Anjou le 14/03 à Angers et le 26/03 à Saumur - Trouver de nouvelles bourses d'échanges (Sarthe, Touraine) 1,5 journées/année</p>	LD	mars / avril		réalisé	ADT = 173 guides touristiques/294 cartes touristiques Saumur = 53 guides/68 cartes Tours = 26 guides/92 cartes	
<p>Promouvoir les associations et le commerce diffuser l'information auprès de la population locale et des visiteurs (Diffusion N-1)</p>	<p>Éditer les guides - Mettre à jour les guides selon les infos données par BeA - distribuer à la demande</p>	NV	Année				

**Réseau des prestataires
Animer, valoriser et dynamiser les prestataires du tourisme**

Objectifs - Actions	moyens - temps	Qui	délais	coût	réalisat°	Évaluation Responsable	Évaluation Bureau
<p>Développer LE partenariat avec les prestataires et l'OT - Proposer aux prestataires des prestations de services afin de valoriser leurs établissements. - Réfléchir à de nouvelles prestations de services - Mettre en avant les partenaires de l'Office de Tourisme (comparaison N-1)</p>	<p>Améliorer le guide du partenaire 2018 : présentation et prestations et diffuser auprès des prestataires. - Faire un bilan en 2018 sur l'adhésion des prestataires - Faire le bilan avec le CA 2 jours/année</p>	LD	1er semestre		réalisé	91 adhésions : 10 adhésions simples/26 packs 20€ / 55 packs à 40€ soit 3640€ d'adhésion et 2720€ de prestation de services = 6.360€ (4.900€ en 2018)	

<p>Développer le réseau en proposant et en organisant des réunions avec les prestataires soit thématiques soit avec l'ensemble des prestataires - (nombre de participants)</p>	<p>Faire participer les prestataires au choix des dates de réunions avec l'agenda doodle. - Faire un bilan des actions et fréquentation annuelle - Ateliers sur les projets - Atelier sur les supports de communication - Proposer des ateliers numériques en collaboration avec les cybercentres ou l'OTVL - 2 ateliers sur l'année/autres thèmes - Améliorer et renforcer la présence des prestataires sur le web / se connaître - Réunir les prestataires anglophones pour connaître leurs besoins 10 jours/année</p>	LD	Février - mai - octobre - novembre (mini 20h)		réalisée	Une réunion en début d'année sur le bilan de la saison. Organisation d'une réunion avec les prestataires anglophones (15 participants) et 2 réunions VIT.	
<p>Recenser et qualifier l'offre Visiter tous les 2 ans l'ensemble des prestataires. Visite des structures touristiques et Suivi des prestataires : Découverte des installations des nouveaux prestataires et redécouverte des anciennes structures - travail relationnel avec les propriétaires - faire le point sur la saison, échanger avec le prestataire connaître ses besoins, présenter les services de l'OT et lui proposer des services spécifiques (évolution pack)</p>	<p>Prendre les RDV le jeudi en janvier/février/nov/Déc. 20 à 25 visites mini à planifier/salarié (20 heures mini/salarié) Diviser les prestataires en 3 portefeuilles Faire un retour des visites Alimenter la base de données 15 jours/an</p>	LD - NV - LP -	année		en cours	Fin d'année trop chargée pour aller à la rencontre des prestataires ("Que Faire?" saisie des animations, guide touristique (vérification de l'information touristique...). Relancer en début d'année.	
<p>Connaître Les disponibilités Afficher tous les soirs sur la porte les disponibilités d'hébergement pour la période du 15/06 au 15/09 Service à la clientèle. (participation/N-1 - retours prestas)</p>	<p>Contacté par mail tous les midis 10 minutes/jour - listing des hôtels et des chambres d'hôtes 15 minutes/jour - Mettre en ligne sur le site de l'OT - Connaître la fréquentation en réalisant d'un tableau de bord, à l'année, sur les demandes hébergement à l'accueil</p>	LP	15/06 au 15/09		réalisée	Tx de retour de 31% en juin (40% en 2018) - 32% en juillet (37% en 2018) - 34% en août (38% en 2018) et 25% en septembre (32% en 2018). Participation moins soutenue en 2019.	
<p>Améliorer l'image de la destination - Mener une réflexion avec les prestataires - Diffuser l'Information auprès des prestataires Transmission des retours de la clientèle aux prestas et collectivités. Envoyer un questionnaire aux prestataires pour leur clientèle - Informer les prestataires des formations proposées par le Dpt, Région. Newsletters et autres informations.</p>	<p>Travailler avec les prestataires sur l'image du territoire - Connaître son territoire : aller sur le terrain et rencontrer les prestataires (20 visites de prestataires/salarié) - Envoyer la fiche de suggestion aux prestataires - Envoyer les disponibilités aux restaurateurs Envoyer le listing des restaurants ouverts à tous les prestataires Envoyer les animations chaque semaines aux prestataires de mai à oct. Prendre en compte les remarques des clients, faire remonter l'information au GQD et aux communes pour actions et aux structures concernées. Mettre en pratique les formations et suivre de nouvelles formations Équiper l'OT de matériel adéquat pour qu'il puisse travailler efficacement</p>	LD avec LP et NV	année	déplacement pour les visites voir réseau	réalisée	Travailler avec les prestataires sur l'image du territoire - fiche de suggestion envoyée - listing des restaurants ouverts envoyé à tous les prestataires Les animations envoyées chaque semaines aux prestataires de mai à oct. Prendre en compte les remarques des clients, faire remonter l'information au GQD et aux communes pour actions et aux structures concernées. Mettre en pratique les formations et suivre de nouvelles formations	
<p>Diffuser la documentation touristique - Proposer un présentoir aux couleurs du territoire Faire en sorte que tous les prestataires et les commerces aient la documentation touristique présentant Baugeois Vallée afin qu'ils puissent la diffuser auprès de leur clientèle. (vérification /N-1)</p>	<p>Organiser de 2 à 3 réunions (matin et après-midi) pour inviter les prestataires à venir chercher la documentation touristique, soit sous forme de petits déjeuners soit sous forme de visite d'un site. Diffuser l'information par mail lors de l'édition de la documentation. Suivre les stocks et relancer les prestataires. Distribuer chez les commerçants et dans les mairies tous les 3 mois lors de la distribution du "Que Faire?" - 3 jours de distribution.</p>	LD - NV - LP -	1er tri. et tous les 2 mois - relance chez les pros en juin et sept.		réalisée	Les réunions n'ont pas été organisées (matin et après-midi) pour inviter les prestataires à venir chercher la documentation touristique, soit sous forme de petits déjeuners soit sous forme de visite d'un site. L'information a bien été diffusée par mail lors de l'édition de la documentation. Documentation et présentoir proposés lors de la diffusion du "Que Faire" mais diffusion tardive pour le présentoir. A réorganiser en 2020.	

<p>Connaître la fréquentation sur Bugeois-Vallée Faire le Bilan de saisons Connaître la satisfaction des prestataires / aux services de l'OT (retours et satisfaction)</p>	<p>Proposer les questionnaires numériques, à compléter directement sur internet pour plus de rapidité et de facilité pour les prestataires. Faire un bilan annuel et saisonnier (mai/sept.) 6 jours/an</p>	LD	2è semestre		réalisé	Questionnaires envoyés aux prestataires - 183 prestataires sollicités - 51 retours - soit un taux de retour de 27.8%. La satisfaction des actions de l'OT est très satisfaisante de la part des prestataires.	
<p>Promouvoir le territoire et les professionnels sur le site Internet du Département. Saisir et suivre ses informations, mettre à jour ses informations.</p>	<p>TOURINSOFT / e.SPRIT - Suivre les prestataires touristiques dans la saisie de leurs informations /réunion de formation - Valider les offres - S'inscrire dans la place de marché - Proposer une charte aux prestataires pour porter l'image du territoire - Proposer un présentoir pour la doc locale</p>	LP NV	année		réalisé	Actions réalisées et proposées. Mais à relancer en 2020 auprès de tous les prestataires.	
<p>Connaître le Terrain - Organiser des éductours - Carte ambassadeur Faire que les prestataires touristiques soient des prescripteurs de leur territoire</p>	<p>Organiser des éductours, Thèmes : définir les circuits, interroger les prestataires pour visiter leur site, préparer les programmes, les envoyer suivre le dossier et accompagner - Proposer une carte ambassadeur pour inciter les prestataires à visiter gratuitement les sites du territoire</p>	LD/A G	1er trimestre		réalisé - reporté	Carte ambassadeur envoyé aux adhérents de l'association en avril. Pas d'éductour en 2019 manque de temps pour l'organisation.	