

2.3.5 L'OT met en place des indicateurs d'efficacité des actions de formation
2.5.1 L'OT dispose d'un budget avec un suivi du réalisé
2.5.2 L'OT dispose d'équipements et de matériels nécessaires en adéquation avec ses missions et ses objectifs
2.2.6 L'OT emploie autant que faire se peut et en fonction de la réglementation, des personnes en situation de handicap et/ou en situation de réinsertion, ou fait appel à des prestataires employant du personnel en situation de handicap et/ou en situation de réinsertion
2.10.2 Les suggestions et remarques exprimées par les clients sont également enregistrées et analysées.
2.13.7 L'OT favorise, dans la mesure du possible, les réunions dématérialisées
2.13.8 L'OT pratique une gestion raisonnée des déplacements professionnels
3.6.1 L'OT édite du papier à en-tête comportant à minima ses coordonnées
3.6.2 L'adresse du site et les indicatifs internationaux sont précisés
3.5.1 L'OT doit disposer d'un document de promotion et d'un document d'accueil (les deux peuvent être regroupés en un seul document)
4.1 L'OT participe au réseau départemental et/ou régional d'information : réseau informatique, base de données (territoire, département, région...)
4.2 L'OT s'engage à participer à des opérations communes correspondants à la stratégie de l'OT (salons, offres promo, produits, accueil presse)
4.3 L'OT participe à l'observation touristique
5.1 Les socioprofessionnels / partenaires sont représentés dans l'organe décisionnel de l'OT
5.1.1 Participation des socioprofessionnels / partenaires à l'organe décisionnel : membres du CA ou comité direction
5.1.2 Respecter la représentativité de l'ensemble des fournisseurs de l'offre touristique locale
5.1.3 Participations éventuelles à des commissions
5.4.3 L'OT assiste et accompagne les porteurs de projet et ses socioprofessionnels / partenaires
6.4 L'OT aménage ses locaux pour le confort et la sécurité de ses visiteurs et de son personnel
6.4.1 L'OT est organisé pour accueillir des personnes en situation de handicap (déficiences visuelles, auditives, mentales, et personnes à mobilité réduite) L'établissement a sensibilisé son personnel à l'accueil de ce même public
6.4.7 Les postes de travail sont aménagés pour permettre les meilleures conditions de travail du personnel
6.4.10 Les toilettes mises à disposition du public doivent être bien ventilées, accessibles aux personnes à mobilité réduite et équipés d'un équipement minimum pour le confort du client. Les toilettes sont séparées entre hommes et femmes, dans la mesure du possible, et en fonction de la réglementation en vigueur
6.4.11 L'OT est en conformité avec les mesures de sécurité en vigueur
6.5.3 L'OT met en place une note de comportement à tenir ou l'intègre dans son règlement intérieur RH.
6.9.3 Pour éviter tout risque d'être accusé de préconiser un produit aux dépens d'un autre, il est utile de proposer au visiteur un choix de produits comparables, si ceux-ci sont en concordance avec la demande exprimée
6.9.4 L'OT propose 3 services complémentaires aux clients (boutique, billetterie, fontaine à eau, visites guidées, location de vélo, de poussettes, conciergerie, rechargement d'appareil numérique etc..)
6.10.2 En période de fréquentation touristique et lors de manifestations événementielles, il doit pouvoir indiquer les disponibilités des hébergements à la fermeture de l'OT
6.10.4 L'OT maîtrise ses stocks et définit la gestion des documents qu'il édite
6.10.5 L'OT définit la gestion des approvisionnements des brochures éditées par des tiers
6.13.2 Un carton ou un courrier d'accompagnement est joint à l'envoi
7.2.1 Les modalités de fonctionnement avec chaque fournisseur sont définies (dépôt vente, commissionnement, délai d'approvisionnement, facturation, conditions de vente ...).
7.3.3 L'éclairage de la boutique est adapté (quand les locaux rendent cela possible).
7.3.5 La disposition du mobilier de la boutique tient compte de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
7.4.2 Une liste des produits à la vente et leurs tarifs est établie et mise à la disposition de l'ensemble du personnel d'accueil.
7.4.3 Un ticket de caisse ou un reçu est émis pour chaque vente.
8.1.2 Chaque événement se fait en adéquation avec les objectifs de l'OT.
8.1.3.1 Les objectifs de la manifestation sont clairement définis.
8.3.5 L'OT communique l'information via les bases de données départementales ou régionales
8.4.1 L'OT établit les modalités de commercialisation de l'événement
8.4.2 L'OT initie des partenariats avec des agences de voyages réceptives, ou éventuels relais départementaux ou régionaux
8.5.3 L'OT définit un référent qui sera en contact avec les intervenants et/ou artistes
8.5.4 L'OT définit les conditions de suivi des intervenants et/ou artistes tout au long de la manifestation
8.5.2 L'OT définit les conditions d'accueil des intervenants et/ou des artistes
8.6.3 Prise en compte de l'accessibilité des événements aux personnes en situation de handicap
9.1.3 L'OT définit avec les prestataires de son territoire l'offre de produits qu'il souhaite commercialiser
9.1.4 L'OT prend en compte les démarches de commercialisation existantes (OT/ADT/CDT/CRT) dans sa stratégie
9.1.5 L'OT définit ses partenariats : L'OT définit les critères sur lesquels il sélectionne les prestataires qui seront intégrés dans son offre produit
9.2.2 Il définit les conditions de vente (commission, mode de paiement, délais, avantages et gratuités consenties,
9.3 L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les OT (partenariats territoriaux)
9.3.1 Les OT formalisent via une convention les modalités de commercialisation, de rémunération et de responsabilité de chacun
9.4 L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les agences de voyages et les tours opérateurs ou autre partenariat de commercialisation
9.4.1 L'OT formalise le fonctionnement de ses relations et éventuels partenariats avec des agences et/ou des TO
9.5 L'OT précise les modalités de fonctionnement de ses partenariats avec les places de marché ou plates formes
9.5.1 L'OT formalise le fonctionnement des partenariats et précise les droits et devoirs de chacun.
9.9.1 L'OT précise la nature et l'utilité de ses outils de commercialisation (Brochures, site Internet... etc)
9.10 L'OT intègre la promotion de ces produits dans sa stratégie de promotion
9.11.3 L'OT définit ses actions correctives