

Conclusions

Conditions du succès

- **Un projet qui a du sens qui « porte » une vision et des valeurs**
- **Une marque en empathie avec les attentes de ses clients**
- **Une stratégie d'excellence au cœur de l'entreprise, ou tout communique dans le même sens**
- **Une cohérence dans le management et le développement**
- **Des engagements forts qui crédibilisent le discours**

Conclusions

Conditions du succès

→ Un grand professionnalisme dans la stratégie marketing et commerciale

- une stratégie centrée sur le client
 - une grande écoute du client
 - la création d'un lien très fort avec le client avec notamment un client acteur de l'entreprise et de la marque
- des techniques marketing très professionnelles

→ Une démarche qualité permanente développant une cohérence constante dans l'action



« De la qualité à l'excellence »

Conclusions

Conclusions

Les conditions de la réussite

**Pour passer de la qualité à l'excellence,
il faut changer de point de vue sur la qualité**



**C'est à la fois le cœur du marketing
Un processus d'amélioration continu pour mieux satisfaire un client**



**Dans une vision large,
et le cœur du management.
car il concerne aussi bien les salariés et les fournisseurs que l'ensemble
de l'environnement de l'entreprise**

Conclusions

Les conditions de la réussite

Pour passer de la qualité à l'excellence, cela signifie qu'il faut

- avoir une vision globale de la qualité, du management au marketing en passant par la production**
- s'inscrire dans une vision à long terme**
- Mettre le client et les salariés au centre de la démarche**

Conclusions

Les conditions de la réussite

Pour passer de la qualité à l'excellence, il faut

→ **une volonté inébranlable du management**

- implication de la hiérarchie au plus haut niveau
- engagement formalisé et constant de la Direction
- faire de la qualité le cœur du management / création d'un nouvel état d'esprit dans l'entreprise
- mettre en place un plan de formation et une large communication interne

→ **Une démarche collective partagée et personnalisée**

- acceptée de tous / démarche participative / Ecoute et dialogue
- réalisme (objectifs qualité atteignables)
- compréhension de la démarche, des écarts, des actions...
- personnalisation maximum des procédures, solutions et outils

Conclusions

Les conditions de la réussite

Pour passer de la qualité à l'excellence, il faut

→ **La formalisation d'un véritable projet d'entreprise qui ait du sens**
(vision, valeurs, engagement..)

- **en faisant de l'excellence une valeur centrale**
- **en dotant la marque d'un « supplément d'âme », d'une « valeur ajoutée » supplémentaire**

Cela est nécessaire pour

- mieux se protéger (de la distribution, des offres « me too »)
- mieux se démarquer de ses concurrents en étant plus lisible et visible
- rendre l'achat plus « légitime » / « utile » aux yeux de ses acheteurs actuels ou potentiels... pour acquérir de nouveaux clients et mieux fidéliser les clients

Conclusions

Les conditions de la réussite

Pour passer de la qualité à l'excellence, il faut

- **Doter le label d'une véritable stratégie de marque**

- **« Mettre en communication » le projet et les marques**
 - **transmettre du « sens »** dans l'entreprise dans l'ensemble de l'organisation et de son offre

 - **traduire le label en avantage consommateur**



Conclusions

Les conditions de la réussite Pour passer la qualité à l'excellence

- **Créer un plan et mettre en place une organisation spécifique**
 - préparation minutieuse de la part de l'équipe dirigeante
 - programme de formation pertinent
 - nomination de personne(s) ressource(s) / création d'un comité qualité
 - plan, programmation rigoureux de chaque phase
 - méthodologies et outils..
 - construction en avançant
 - Tout est dans le détail
 - recherche continue de l'amélioration
 - budget identifié du coût de la qualité et des objectifs d'amélioration

- **Diffuser à l'interne les résultats de la démarche et de son évolution**

Conclusions

Le passage de la qualité à l'excellence est une nécessité car c'est la réponse à 5 enjeux majeurs dans l'avenir

1) L'accélération de l'ouverture des marchés et l'explosion de la concurrence surtout en période de crise

- amélioration du rapport qualité / prix
- tension sur les prix
- besoin accru de fidélisation

2) La facilité et la rapidité d'accès du client à l'information

- les défauts de qualité et de services seront plus visibles et donc sanctionnés plus rapidement

Conclusions

Le passage de la qualité à l'excellence est une nécessité car c'est la réponse à 5 enjeux majeurs dans l'avenir

3) Les attentes de plus en plus fortes en matière de sécurité / santé associée à la montée de la responsabilité des entreprises ou des organisations publiques

→ tous défauts touchant à la sécurité et à la santé physique et morale des individus coûteront de plus en cher..

4) La montée des exigences de confort et de services

→ le niveau de qualité de l'offre augmente

→ le « 0 défaut » va devenir une norme courante pour satisfaire ses clients et le personnel !

5) La montée du marketing affinitaire hyper-segmenté

→ demande d'une plus grande adaptation / personnalisation de l'offre

**« De la qualité à l'excellence, les nouveaux enjeux
de la qualité dans le tourisme »**

Questions et Débats



ATELIER 1

Animé par : Philippe HARANT

Comment décider, concevoir et animer une démarche qualité ?

- définition et objectifs d'une démarche qualité,
- cadrage et définition du champ de la qualité,
- évaluation du coût de la qualité,
- choix des critères et des outils,
- management et contrôle de la qualité...

ATELIER 2

Animé par : Pierre VINCENT

Comment atteindre l'excellence dans l'accueil et la prestation de service touristique ?

- qualité de l'accueil et création de valeur,
- conception et développement d'une prestation de services qui séduit et fidélise ses clients,
- spécificités pour un hébergeur, un office de tourisme, un musée, un équipement touristique, etc...

ATELIER 3

Animé par : Catherine LUTUN

Comment, dans le tourisme, être à l'excellence dans la construction et la promotion de son offre ?

- conception d'une offre qui se démarque des concurrents et séduit les clients,
- conditions de réussite dans la mise en marché et la promotion de son offre,
- amélioration permanente de son offre par l'écoute de ses clients...

ATELIER 4

Animé par Joël Gayet

Comment développer une marque et une communication d'excellence ?

- évaluation de la performance de sa marque et de sa communication,
- établissement de sa stratégie,
- conception d'un cahier des charges de qualité,
- sélection des meilleurs prestataires,
- mise en œuvre et pilotage d'une stratégie de communication performante

ATELIER 5

Animé par : Aurélie FRAUDET

Comment être à l'excellence dans la fidélisation de sa clientèle ?

- évaluation de la fidélisation de sa clientèle,
- définition d'une politique de fidélisation
- définition de ses objectifs,
- choix des meilleurs outils,
- conception et mise en œuvre d'une base de données clients très performante,
- de la gestion de la relation client à la conquête de clientèle

**Le Comité Départemental du Tourisme de la
Marne vous remercie de votre attention**