



Objectifs à atteindre	Responsable(s) de l'action	Période de l'action	Remarque(s) /indicateur(s)	Suivi
Axe 1 : Faire connaître l'ensemble de l'offre touristique du territoire				
Objectif 1 : Rendre visible notre offre avec le numérique				
Refonte de notre site internet	Agence Nose pour la forme et OT pour le fond	Février à mai 2020	<u>Nbre visiteurs :</u>	
Mettre à jour de notre site amiral sidobre.tourisme-tarn.com (textes saisons, photos, mots clefs...)	Adrien	Toute l'année		
Référencer et promouvoir notre territoire sur le web (mise à jour de nos fiches google my business, mise à jour de nos informations sur les sites partenaires, CDT, CRT, Parc, collectivités, prestataires, etc.)	Adrien	Toute l'année		
Créer des contenus pour le web (publication sur les réseaux sociaux, création de textes pour les sites de nos partenaires)	Adrien et Lydie	Toute l'année	<u>Nbre Publications :</u>	
Mettre à jour notre base de données APIDAE (Promouvoir notre territoire et nos prestataires)	Mélanie + renfort OT	Toute l'année		
Animation web (newsletter pour nos clients, inscriptions et référencement sur divers sites)	Adrien	Mars/avril pour lettre et toute l'année pour le reste.		
Objectif 2 : Rendre visible notre offre sur des éditions papier				
Mettre à jour et éditer notre carnet pratique	OT	Octobre à janvier		
Mettre à jour et éditer notre Mag	OT	Octobre à janvier		
Mettre à jour et éditer notre carte touristique	OT	Octobre à janvier		
Mettre à jour et éditer nos sous-mains	OT	Mars/avril		
Mettre à jour et éditer la plaquette de la Maison du Sidobre en lien avec le club des sites	OT	Octobre à janvier		
Mettre à jour et éditer l'agenda de l'été	OT	Avril à juin		

Objectifs à atteindre	Responsable(s) de l'action	Période de l'action	Remarque(s)/indicateur(s)	Suivi
Objectif 3 : Rendre visible notre offre sur des opérations ciblées (salon, marché et street marketing)				
Salon de la pêche à Clermont	Florence	Janvier	<u>Nbre contacts :</u>	
Soirée accueil des internes au CHU Castres-Mazamet	Adrien	Mars et novembre	<u>Nbre contacts :</u>	
Salon What a trip à Montpellier	Florence	Septembre	<u>Nbre contacts :</u>	
Marchés locaux (Burlats en été et Patafolie à Brassac en Automne)	Saisonnier et Kristel	Burlats en été et mi-octobre pour Brassac	<u>Nbre contacts :</u>	
Objectif 4 : Affirmer notre destination Sidobre & vallées comme une destination nature / verte				
Création(s) et/ou édition(s) de fiches rando	OT	Toute l'année		
Offrir à la clientèle nos parcours en téléchargement gratuit (site amiral, site CDT, site cirkwi)	OT	Toute l'année	Nbre clics	
Proposer/créer 1 ou 2 micro-aventure au départ de Toulouse/Castres	Adrien	Printemps et Automne		
Sensibilisation de nos prestataires au tourisme « durable » (lettre d'information, réunion, site Pro)	Adrien	Toute l'année		
Sensibilisation de nos visiteurs au tourisme « durable » (docs à disposition dans les BIT, affichage, infos pratique sur notre site)	OT	Toute l'année		
Présentation de nos offres sur notre site web	OT	Toute l'année		
Objectif 5 : Affirmation de SVP comme une destination enfants-familles				
Mise à jour du guide pitchouns en lien avec HTO	Florence et Mélanie	Novembre à février		
Mise en place d'atelier pour les enfants (1 en été et 1 en hiver)	Flo, Mélanie et Lydie	Août et décembre		
Présentation de nos offres sur notre site web	OT	Toute l'année		
Objectif 6 : Développer nos visites groupes				
Mise à jour et édition de notre guide groupe	Adrien	Fin août/début septembre		
Campagne E-mailing pour la diffusion de notre guide groupe	Mélanie	Fin août/début septembre	Nbre mails	
Mise à jour des produits commercialisés par TRT	OT	Janvier à mars		

Objectifs à atteindre	Responsable(s) de l'action	Période de l'action	Remarque(s)/indicateur(s)	Suivi
Création de produits en lien avec notre immatriculation	Adrien	Janvier à mars	<u>Nbre produits :</u>	
Objectif 7 : Promotion/ Communication - Accroître l'attractivité et la notoriété de notre destination				
Accueil médias (journalistes et bloggeurs)	Adrien	Toute l'année	<u>Nbre accueils :</u>	
Réalisation de communiqués de presse pour les événements de l'OT et les grands événements du territoire.	Adrien	Toute l'année	<u>Nbre communiqués :</u>	
Assurer la distribution de la documentation de promotion (Mairies, prestataires, bourse d'échange, etc.)	Florence, Mélanie et Lydie	Mars/avril		
Participation aux actions de promo/com du CDT	OT	Toute l'année		
Assurer la promotion de notre destination sur les réseaux sociaux	Adrien et Lydie	Toute l'année		
Plan de communication 2020	Olivier et Adrien	Janvier/février		
Axe 2 : Développer la consommation sur notre territoire				
Objectif 1 : Proposer un accueil d'excellence sur notre territoire				
Accueillir, informer, intéresser et séduire nos visiteurs (renseignements comptoir, téléphone, courriel) avec du conseil éclairé en lien avec la démarche qualité.	OT	Toute l'année	<u>Nbre contacts :</u>	
Proposer un accueil hors les murs durant la saison estivale sur les points de fréquentation dès que possible. (Aires de pique-nique, marchés)	OT	Juillet et août	<u>Nbre contacts :</u>	
Améliorer la satisfaction de notre clientèle (Suivre les réclamations, consulter tous les jours le cahier de liaison, suivre les recommandations de la commission qualité, enquêtes de satisfaction pour nos visiteurs et nos prestataires, etc.)	OT	Toute l'année	<u>Nbre réclamations :</u>	
Aller vers l'amélioration des services (MT/FI/Tableaux, revoir les fiches d'instruction, suivre les recommandations de l'audit qualité, etc.)	OT	Toute l'année		
Objectif 2 : Développer les ventes de l'OT				
Proposer les produits HTO dans les boutiques de notre OT	OT	Toute l'année		
Proposer des produits « made in aqui » dans les boutiques de notre OT (cf charte sélection produits boutique)	OT	Toute l'année		
Proposer les objets touristiques du CDT ou du Parc	OT	Toute l'année		
Objectif 3 : Inciter à la dépense chez nos partenaires				

Objectifs à atteindre	Responsable(s) de l'action	Période de l'action	Remarque(s)/indicateur(s)	Suivi
Proposer le passeport patrimoine et savoir-faire HTO à nos visiteurs et nos partenaires	OT	Toute l'année		
Mise à jour de l'affichage dynamique dans les BIT	Kristel	Toute l'année		
Proposer le Pass Tarn aux habitants	OT	Toute l'année		
Publications facebook qui sont orientées afin d'inciter à la consommation chez nos prestataires	Lydie et Adrien	Toute l'année		
Axe 3 : Animer, valoriser et dynamiser les prestataires				
Réaliser un Eductour (re)découverte de notre territoire	Adrien	Avril/mai		
Recenser et qualifier l'offre de nos prestataires (APIDAE et tableau gestion de l'info)	Mélanie et Florence	Toute l'année		
Café numérique et durable	Adrien	Novembre		
Ateliers numériques sur rendez-vous	Adrien	Toute l'année		
Diffusion de Newsletters Pro (1 lettre par saison + agenda de la semaine en été)	Adrien	Toute l'année	<u>Nbre newsletter :</u>	
Visite (re)découverte du prestataire (visite de classement, mise à jour, reportage photo, etc.)	OT	Octobre à mai		
Mise à jour de notre site Pro à destination des prestataires	Adrien et Lydie	Toute l'année		
Centralisation de la collecte et de la diffusion des brochures de nos prestataires	Florence et Mélanie	Février à avril		
Connaître Les disponibilités des hébergeurs en été et durant les grands évènements de notre territoire (BrassacAtrail, Brassac XCRoss, Rallyes, etc.)	Saisonnier en été et Mélanie, Florence et Lydie le reste de l'année	Toute l'année		
Rendez-vous individuels (taxe de séjour, labels, questions administratives)	OT	Toute l'année		
Veille numérique sur notre territoire (scoop.it)	Lydie et Adrien	Toute l'année		
Axe 4 : Mutation de l'Office de Tourisme				
Actions de stratégie numérique avec HTO	Adrien et Lydie	Toute l'année		
Mise en place la démarche qualité	OT	Toute l'année		
Suivi classement en catégorie 2	Adrien	janvier		

Objectifs à atteindre	Responsable(s) de l'action	Période de l'action	Remarque(s)/indicateur(s)	Suivi
Entreprenre les démarches pour une labélisation tourisme et handicap	Adrien	Toute l'année		
Suivi de la marque Parc pour la Maison du Sidobre	Adrien	janvier		
Mise à jour des BIT sur le modèle de la Maison du Sidobre	OT	Toute l'année		
Axe 5 : Professionnalisation du personnel de l'OT				
Plan de formation annuel	OT	Décembre et janvier		
Participation aux visites découvertes ou éductours proposés par le CDT, CRT, HTO, Parc, OT voisins, etc.	OT	Toute l'année	<u>Nbre :</u>	
Formations internes (anglais, logiciels en fonction des besoins)	OT	Toute l'année	<u>Nbre :</u>	