

Agadir : Une étude de satisfaction pour booster la destination

Actualité Agadir et région

Posté par: Visiteur

Publié le : 11-02-2014 19:19:01

La satisfaction et la fidélisation des clients sont certainement l'une des premières clefs de commercialisation d'une destination.

La satisfaction et la fidélisation des clients sont certainement l'une des premières clefs de commercialisation d'une destination. Les professionnels de la région en sont conscients. Une étude de satisfaction est désormais inscrite sur le plan du Conseil régional du tourisme. Cette enquête sera réalisée en partenariat avec la commune urbaine d'Agadir, le HCP (Haut-Commissariat au Plan) et l'ENCG. Ainsi, elle débutera en ce mois de février 2014 et se fera sous forme de questionnaire.

L'objectif étant d'évaluer et de mesurer la qualité des services et du produit Agadir auprès des clients étrangers, séjournant au moment de l'enquête, dans les établissements touristiques classés de la ville d'Agadir. «L'équipe du projet qui prendra en charge cette enquête devra recueillir des données sur les attentes, les éléments de qualité du produit ou du service, la perception des écarts, pour aboutir à des indicateurs de satisfaction, tels que ressentis par les touristes eux-mêmes», souligne-t-on auprès du CRT.

De ce fait, les résultats recueillis, au cours de cette enquête, permettront de dresser un tableau des failles à améliorer pour rehausser la qualité des services et du produit. Les mesures pour assurer une bonne collecte des informations auprès des clients ont été érigées. «Cette collecte d'informations sur la perception du client, quant à la qualité du service et du produit que le touriste a payé, se fera dans le cadre d'une interview sous forme d'entretien, durant lequel un questionnaire est soumis au client pour recueillir son point de vue sur l'état et le niveau de sa satisfaction ou de son insatisfaction en ce qui concerne la qualité du service et du produit», explique-t-on.

Ledit questionnaire se focalisera, entre autres, sur les motivations des touristes dans le choix de la destination, le degré de fidélisation, le niveau de satisfaction quant aux produits et services proposés par la destination, les attentes ainsi que sur le profil sociodémographique, culturel et économique du touriste. De ce fait, les éléments de cette enquête permettront de dresser le profil des touristes de la destination, de connaître leur motivation quant au choix de la destination ainsi que les méthodes utilisées pour procéder à la réservation de leur séjour ainsi que de la formule d'hébergement choisie. Par ailleurs, les résultats de cette étude donneront aux professionnels de la destination la possibilité d'évaluer, d'une part, les dépenses effectuées à l'étranger pour l'achat du séjour et d'autre part, celles consenties durant leur séjour.

«Les informations qui seront recueillies seront d'une grande utilité pour les professionnels du secteur en vue, d'une part, de pouvoir établir un diagnostic objectif, crédible et réaliste de la situation et d'autre part, d'opérationnaliser ce diagnostic dans le but de proposer, dans le cadre d'un plan d'action, des solutions spécifiques visant le redressement du secteur et l'introduction de la démarche qualité», explique-t-on. Il est à noter que l'enquête se déroulera, dans un premier temps, au niveau des hôtels après 3 ou 4 nuits de séjour à Agadir.

L'enquête se déroulera du 22 février jusqu'à la fin du mois. Une formation sera donnée aux enquêteurs. Le lancement de la deuxième et troisième phases de l'enquête est prévu pour le mois de juillet et les mois d'octobre et novembre alors que le rapport final sera donné fin février 2015.

«L'enquête en cours représente le début d'une longue et importante phase dans la mise en place des futures décisions stratégiques touristiques de la destination, dans la mesure où les résultats recueillis seront des critères et des fondements stratégiques fiables et concrets», explique-t-on auprès du CRT.

Pour rappel, le questionnaire est en langues arabe, français, anglais, allemand, russe et polonais.

ALM