

# Daniel Burckhardt

Membre du Comité de développement du programme "Label de qualité du tourisme suisse », depuis le début en 1997.



Formateur dans les cours de formation du label de qualité luxembourgeois depuis 2009



Formateur et expert pédagogique de la démarche qualité tourisme Wallonie 2012-2013



«Si vous n'êtes pas les meilleur- marché, vous devez être le meilleur au niveau de la qualité»

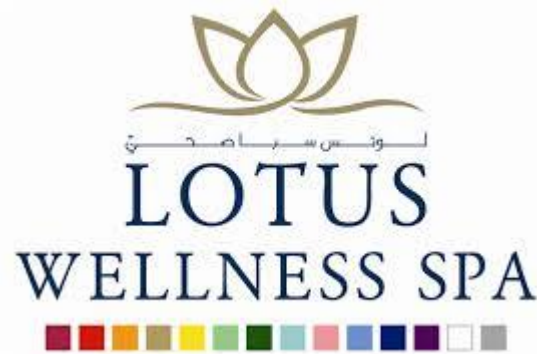
« Celui qui ne cesse d'essayer à devenir toujours meilleur, arrêtera d'avoir du succès»

« L'avantage de la proximité n'existe plus et l'histoire dorée ne suffit pas »

« Spa 270'000 nuitées d'hôtel, Karlovy Vary 1 million.  
Quellenhof Bad Ragaz (Resort thermal 5\*) 70'000 lui seul »



We'll take care of you



Tout le monde fait du thermalisme et toutes les offres sont très proches



# Qualité dans le tourisme

## – une espèce de définition

- Assurances sur la qualité du produit (il doit correspondre à ce qu'on m'a vendu et à mes besoins)
- Assurances sur la qualité du service (garanties, fiabilité, cordialité, empathie)
- La première impression (site internet, dépliant, bouche à oreille, arrivée par voiture, ...)
- L'accueil ! (exemple ce matin chez Europcar à BRU)

L'accueil passe par les premières impressions....



Prise de vue dans une destination touristique en Suisse 2014, en centre ville, zone piétonne....



L'accueil passe par les premières impressions....



La descente du train à St.Anton am Arlberg (prestigieuse destination de ski, Autriche)

L'accueil passe par les premières impressions....



L'entrée dans un hôtel 3\* dans les Grisons, Suisse ....

L'accueil passe par les premières impressions....



La place de l'hôtel de ville à Bâle en Suisse.



L'accueil passe par les premières impressions....



Voulu ou non ?

L'accueil passe par les premières impressions...



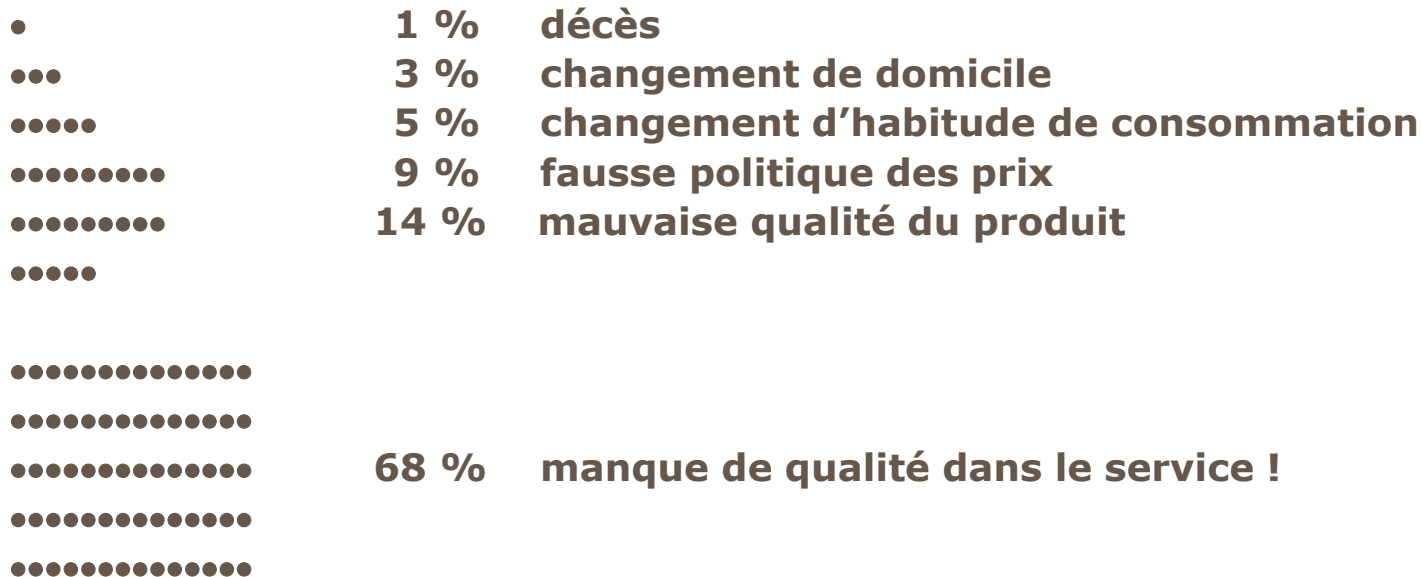
Wellness avec prise de vue !

[danielburckhardtprojects](#)

## Tendances actuelles: le client ...

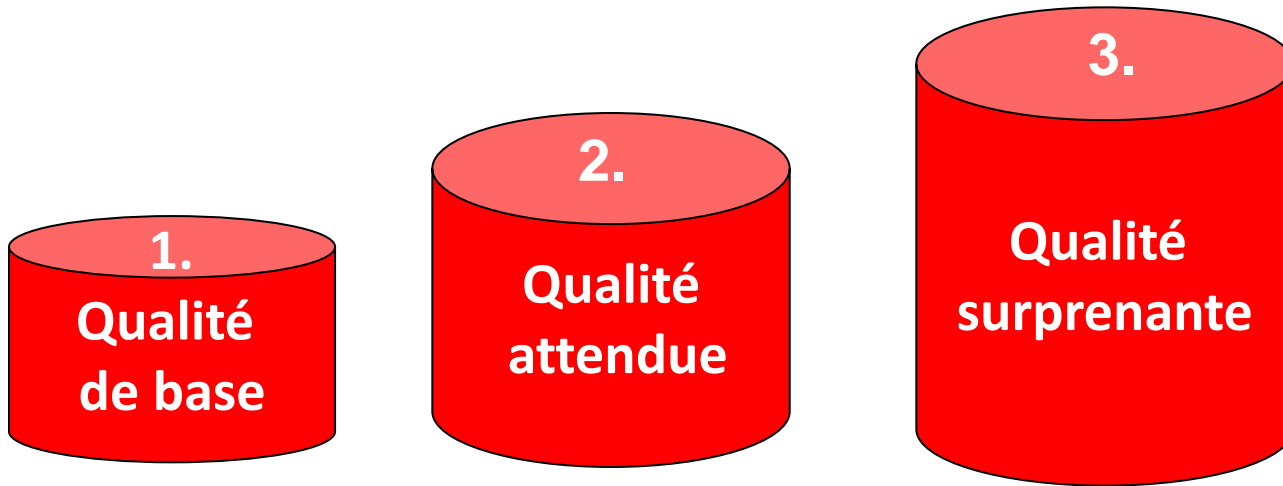
- veut tout *TOUT DE SUITE*
- veut avoir le sentiment d'être *UNIQUE*
- en veut pour *SON ARGENT*
- veut être *RASSURÉ*
- veut qu'on lui *SIMPLIFIE LA VIE*
- veut pouvoir *PARLER À QUELQU'UN*
- veut pouvoir *RÉCLAMER* s'il est mécontent
- est informé et le *FAIT SAVOIR*

# Pourquoi les entreprises perdent leurs clients?





# Les colonnes de la qualité



Ce que les clients prétendent comme acquis

Ce que les clients désirent et qui est communiqué à travers le prix et / ou l'image

Ce à quoi les clients ne s'attendent pas, effet surprise

# Raisons pour une offensive en faveur de la qualité

- Les besoins des clients qui se modifient constamment
- La concurrence indigène et étrangère croissante
- La guerre des prix entamée par booking.com et les miroirs absolus de tripadvisor
- La globalisation qui contribue à l'uniformisation de l'offre

Alors, comment allons-nous faire la différence?



# Travailler ensemble

L'exemple de l'Auberge de Jeunesse  
de Luxembourg-Ville





# En Suisse, depuis 2011

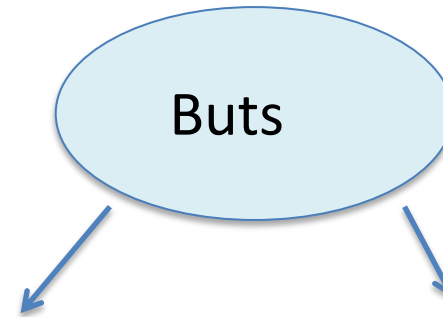
1. Caractéristiques e positionnement de la destination
2. Orientation stratégique
3. Critères à satisfaire, contrôle
4. Infrastructures minimum wellness
5. Liens et synergies avec le label principal
6. Plateforme de marketing par Suisse Tourisme en Suisse et à l'étranger



**WELLNESS**  
Destination

# Associations de catégorie qui recommandent la démarche:

- **Association suisse des musées**
- **Union des transports publics**
- **Gastrosuisse**
- **Remontées mécaniques**
- **etc...**



## Entreprise

- collaboration
- Branding actif

## Client

- identification
- fidélité



# Secteurs qui ont rendu obligatoire le label de qualité pour faire partie de l'association:

- **hôtelleriesuisse:** pour la catégorie "superior", il faut le label de qualité niveau II



- **Swiss Youth Hostels:** pour faire partie de YHI Suisse, il faut avoir au minimum le label de qualité niveau I.



# Et les organisations touristiques en Suisse...

- Suisse Tourisme donne la priorité aux entreprises qui ont obtenu le label de qualité

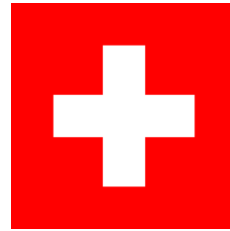


- Les offices et maisons de tourisme donnent la priorité aux maisons et appartements de vacances qui ont obtenu le label de qualité





# Labels de qualité en Suisse liés au label principal



# Adhérez donc à la démarche Wallonne!



WALLONIE  
DESTINATION  
QUALITÉ

Commissariat général au Tourisme

Connexion Espace membre

ACCUEIL

PROGRAMME QUALITÉ

FORMATIONS

LABELLISÉS

ACTUALITÉS

CONTACT



## CULTIVEZ LA QUALITÉ, RÉCOLTEZ LE SUCCÈS !

Le label «Wallonie Destination Qualité» a pour but de promouvoir la qualité du tourisme en Wallonie.

Avec déjà plus d'une centaine d'opérateurs touristiques qui ont choisi d'améliorer la qualité de leurs services, il permet également de mettre en valeur les ambassadeurs du tourisme wallon.

Si vous aussi vous désirez développer davantage la qualité de vos services et satisfaire au mieux les touristes, venez nous rejoindre en vous inscrivant à une formation Quality-coach !

1 2 3

Rechercher



### ACTUALITÉS

- Félicitations à nos 8 nouveaux Quality Coaches!
- Première édition des "Ateliers Qualité"
- Votre nouveau plan d'actions
- Apéros & Gouters Qualité organisés le GAL Pays de l'Ourthe

[Toutes les actualités](#)

Le tourisme wallon s'offre un label de qualité

INSCRIVEZ-VOUS À NOTRE

# **La qualité n' est pas tout, mais sans qualité tout est rien!**

Le client est notre visiteur le plus important. Il ne dépend pas de nous, mais nous dépendons de lui. Il ne signifie pas une interruption de notre travail, au contraire il en est le but. Il n' est pas étrange à nos affaires, il en fait part. Nous ne lui faisons pas une faveur en le servant. C' est lui qui le nous fait en nous donnant l' occasion de le servir.

(Mahatma Gandhi)

**Merci et bonne route sur le chemin de la qualité !**