



**Direction Générale Economie, Emploi, Formation,
Innovations, International**
Direction de l'Attractivité, du Rayonnement International
et de l'Innovation
Service Attractivité et Tourisme

La Gestion de la Relation Client (GRC) en questions

Aout 2018

Ce document répond aux différentes questions relatives à l'utilisation de l'outil de gestion de la relation avec la clientèle touristique, Avizi.

Sommaire

La GRC : pourquoi et comment ?	3
Qu'est-ce que l'outil de GRC régional Avizi ?	3
Pourquoi un outil de GRC ?.....	3
Quelles sont les données minimales à recueillir pour pouvoir mettre en place une campagne marketing ?.....	3
Pourquoi est-ce indispensable à l'aune de l'hyper personnalisation de l'offre ?.....	3
Quelles sont les formules proposées ?	4
Quelles sont les bases de données en lien avec Avizi ?.....	4
Réglementation en matière de collecte de données personnelles	4
Qu'est-ce que le RGPD ?.....	4
Quels sont les grands principes du RGPD ?	4
Que change le RGPD en matière de consentement ?.....	5
Comment obtenir le consentement de la clientèle ?.....	5
Que faire de ses anciens contacts ?	5
Quelles sont les missions du Délégué à la protection des Données (DPO /Data Protect Officer) ?	5
Quelles sont les compétences nécessaires du DPO ?.....	6
Qui peut être désigné DPO?.....	6
Quels sont les risques encourus en cas de non-respect du RGPD ?.....	7
Le RGPD d'un seul coup d'œil.....	7

Recueil du consentement dans la GRC régionale	8
Comment s'effectue le recueil du consentement dans la GRC régionale ?.....	8
A quoi sert la mise en place d'une double case à cocher ?.....	8
Le consentement est-il obtenu pour tous les modes de collecte ?.....	8
Qualification des contacts dans Avizi	9
Quelles sont les thématiques et sous-thématiques ?.....	9
Quelle est la liste des sous-thématiques régionales ?.....	9
Comment ajouter ses propres critères ?	9
Gestion des contacts professionnels.....	10
Pourquoi est-ce intéressant de gérer ses propres contacts pros (BtoB) à travers de l'outil Avizi ?	10
Comment intégrer les contacts professionnels saisis dans Apidae ?.....	10
Quels contacts professionnels remontent dans Avizi ?	10
Existe-t-il des risques de doublons ?.....	11
Comment fonctionne la synchronisation ?.....	11
Quelles sont les données synchronisées ?.....	11
Statistiques à l'aide d'Avizi	12
A quoi servent les statistiques ?	12
Panier et brochures à la demande	12
Comment utiliser cette fonction ?	12
Comment rechercher une fiche ?	12

La GRC : pourquoi et comment ?

Qu'est-ce que l'outil de GRC régional Avizi ?

L'outil de GRC est un outil de base de données qui permet à chaque acteur touristique de la région d'enregistrer et de répertorier les informations concernant sa clientèle touristique.

Accessible en ligne, cet outil mutualisé permet le partage des contacts entre plusieurs entités touristiques.

Avizi est le nom de la solution retenue au niveau régional et déployée par le prestataire de service informatique Proximit.

Pourquoi un outil de GRC ?

Collecter des données sur sa clientèle permet une diffusion d'informations pertinentes et ciblées, notamment l'offre touristique du territoire. L'utilisation d'un outil permet le suivi de la clientèle et l'envoi de messages définis, en lien avec la stratégie du territoire.

Exemples :

- Message de bienvenue permettant de traiter de manière « exclusive » les nouveaux contacts qui sont passés à l'office de tourisme ou qui réservé un hébergement sur le territoire via une place de marché
- Envoi faisant suite à une demande de documentation sur le site Internet (téléchargement de brochures, du plan de ville...)
- Envoi d'une lettre d'information sur les évènements touristiques du territoire ou autre

Quelles sont les données minimales à recueillir pour pouvoir mettre en place une campagne marketing ?

Pour appliquer des stratégies de diffusion de l'offre touristique, il est nécessaire de collecter des données permettant le suivi de la clientèle. La seule collecte d'un code postal et des centres d'intérêt à l'accueil d'un office de tourisme ne permet pas de rester en contact avec le client. Il est donc indispensable de collecter son adresse email voire nom, prénom et numéro de téléphone mobile de manière à pouvoir lui adresser une offre ciblée.

Pourquoi est-ce indispensable à l'aune de l'hyper personnalisation de l'offre ?

La clientèle touristique cherche une offre de plus en plus personnalisée qui correspond à ses attentes du moment. Un outil de GRC permet une meilleure connaissance du profil de chaque client et ainsi de lui adresser des messages adaptés à ses attentes.

Quelles sont les formules proposées ?

L'outil de GRC régional est modulaire et comprend deux packs distincts avec différentes options :

- Pack START : qualification des demandes de renseignements
- Pack PREMIUM : campagnes e-marketing

Quelles sont les bases de données en lien avec Avizi ?

Il y a trois bases de données en lien avec Avizi.

- Apidae
- Alliance Réseaux
- ALOA

Réglementation en matière de collecte de données personnelles

Qu'est-ce que le RGPD ?

Le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) est le nouveau règlement européen sur la protection des données : « Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données ».

Avec le RGPD, l'Europe impose un cadre unique et harmonisé à la protection des données personnelles, applicable à tous les états membres et à toute structure à même d'utiliser des données personnelles de citoyens européens. Il est entré en application en France le 25 mai 2018.

Quels sont les grands principes du RGPD ?

Les grands principes sont :

- **Le principe du consentement** : le consentement doit être donné par un acte positif clair par lequel la personne concernée manifeste de façon libre, spécifique, éclairée et univoque son accord au traitement des données à caractère personnel la concernant.
- **Le droit à l'oubli** : il autorise les personnes à exiger la suppression des informations qu'elles ont précédemment fournies à un tiers, dans la mesure où ces informations n'ont plus besoin d'être traitées ou si la personne retire son consentement.
- **Le droit à la portabilité des données personnelles** : les personnes pourront obtenir communication, dans un format lisible et structuré, des données personnelles les concernant. Les données personnelles peuvent ainsi être transmises à un nouvel organisme soit par la personne elle-même, soit directement par l'organisme qui détient les données s'il est autorisé à le faire.

Que change le RGPD en matière de consentement ?

Avec le RGPD, le consentement de l'internaute est renforcé.

Le RGPD impose l'obligation d'information à la charge du responsable de traitement (information claire et précise notamment sur l'utilisation qui sera faite des données). Cette obligation nécessite donc de pouvoir indiquer le nom des structures tierces qui pourront utiliser les données collectées.

Comment obtenir le consentement de la clientèle ?

La pratique, qualifiée d'opt-in passif, qui consiste à envoyer des offres par email à un internaute sans son autorisation n'est plus permise par le RGPD. Le cas le plus fréquent et le plus connu d'opt-in passif est celui d'une case pré-cochée en fin de formulaire.

Obtenir le consentement passe par l'application de la règle du double opt-in. Il s'agit d'une méthode d'inscription qui implique une confirmation de la part de la personne qui s'inscrit. Dans le cas du double opt-in, après avoir rempli un formulaire où il indique son adresse e-mail, l'internaute reçoit un email de confirmation contenant un lien sur lequel il doit cliquer à nouveau pour finaliser son inscription.

Que faire de ses anciens contacts ?

Les fichiers contenant des contacts pour lesquels le consentement n'a pas été obtenu ne peuvent être exploités. Il convient donc d'obtenir le consentement auprès de ces contacts par l'envoi d'un mail spécifique afin d'obtenir leur consentement pour les futures campagnes.

Quelles sont les missions du Délégué à la protection des Données (DPO ou Data Protect Officer) ?

Les missions du délégué à la protection des données sont les suivantes:

- **Inform**er et **conseiller** le responsable du traitement ou le sous-traitant ainsi que les employés qui procèdent au traitement de la donnée, sur les obligations qui leur incombent.
- **Veiller** au respect du règlement.
- **Dispenser des conseils**, sur demande, en ce qui concerne l'analyse d'impact relative à la protection des données (AIPD) et vérifier son exécution. Cela responsabilise l'organisme et permet de construire un traitement respectueux de la vie privée tout en affirmant sa conformité au règlement.
- **Coopérer avec l'autorité de contrôle** (CNIL) et en être le **contact**.

Pour résumer le délégué à la protection des données **est un référent**.

Quelles sont les compétences nécessaires du DPO ?

Le DPO doit connaître l'activité et le fonctionnement de l'office de tourisme au sein duquel il est missionné. Il peut être **interne** ou **externe** et aussi **mutualisé**. Dans tous les cas il faudra lui laisser un peu de recul quant à son activité principale pour qu'il anticipe et dicte ce qu'il faut faire. La fonction de délégué peut être exercé à **temps plein** ou à **temps partiel**.

Le DPO aura à traiter des domaines de nature très différente.

- En terme de **système d'information** (SI) deux situations possibles :

Si vos données sont hébergées dans un outil de gestion de la relation client (Avizi, Ingénie, Koezio...), il vous suffit de demander un certificat ou un document qui prouve la conformité au RGPD. Celui concernant l'outil régional Avizi est à votre disposition auprès de la Fédération régionale des offices de tourisme.

Dans le cas contraire, vous devez être vigilant si vos données sont sauvegardées en interne. Le DPO devra prendre en compte la sécurité informatique (antivirus, anti-mouchard ou logiciel pare-feu) ainsi que les risques inhérents à la production et à l'architecture du SI. Il lui faudra également vérifier le bon référencement et la gestion des flux de la donnée.

- Être dans la capacité de **comprendre** le RGPD et de **l'interpréter** dans le cadre de la mission.
- Le RGPD ne se limitant pas aux données numériques, il devra être à même de **comprendre** le fonctionnement des **différents services** utilisant des données personnelles.
- Il devra également avoir des compétences en matière **d'écoute** et **d'analyse**. Une bonne part du travail du DPO relève de l'audit et du conseil.

Dans le cas des offices de tourisme la personne pouvant être désigné comme Délégué à la Protection des Données, est le **réfèrent Apidae/ Avizi**. Il lui suffira d'assister à une **formation** pour bien comprendre le RGPD et être dans la capacité de l'appliquer.

Qui peut être désigné DPO?

Le profil du DPO se rapproche fortement de celui de l'ancien CIL2. C'est pour cela que certains CIL sont désignés comme DPO.

Le DPO est désigné seulement dans le cas où l'office appartient au **secteur public** et si son activité entraîne le traitement de très nombreuses **données**.

Dans le cas contraire sa désignation **n'est pas une obligation**.

Quels sont les risques encourus en cas de non-respect du RGPD ?

En cas d'infraction au RGPD, des sanctions lourdes (jusqu'à 20 millions d'euros ou 4% du chiffre d'affaire mondial d'une organisation) pourront être appliquées.

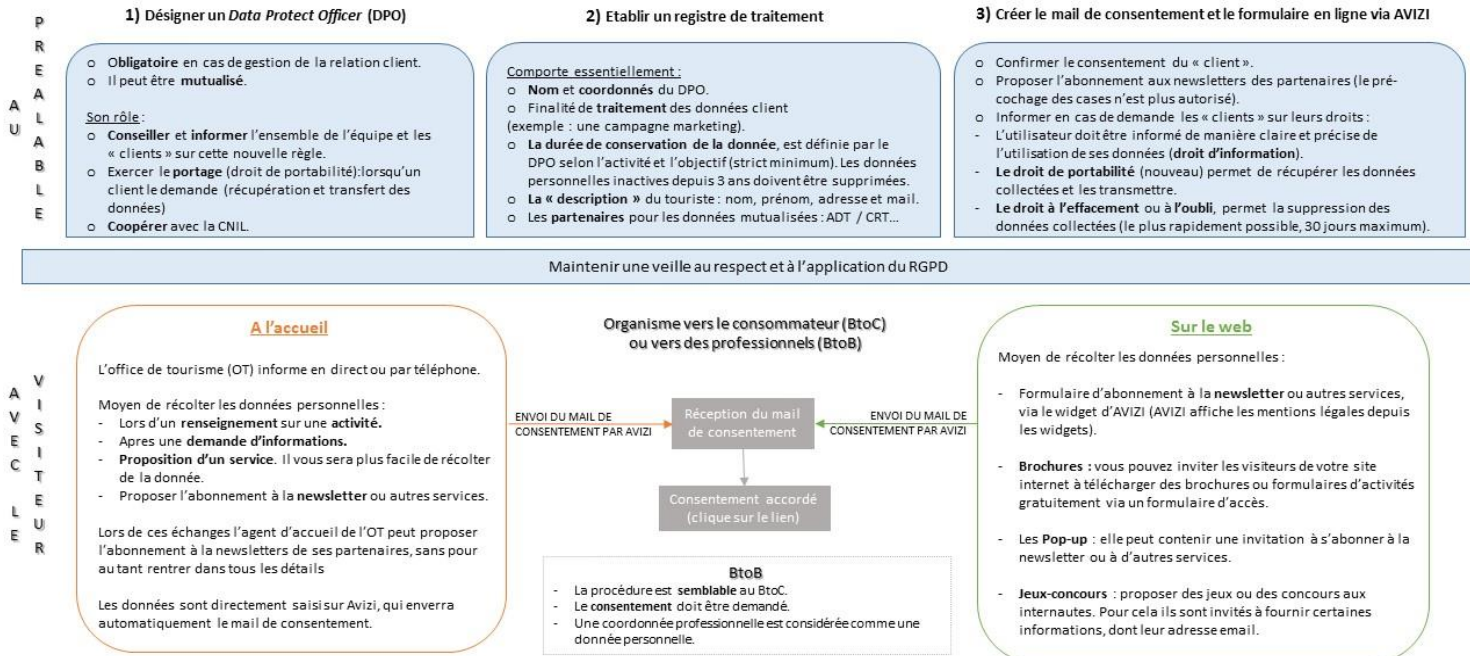
Il est à noter que la cible principale de cette nouvelle réglementation concerne les entreprises qui collectent d'importants volumes de données personnelles à des fins publicitaires. Néanmoins, toutes celles soumises à la réglementation sont susceptibles d'être contrôlées.

Le RGPD d'un seul coup d'œil

Le tableau ci-dessous illustre la mise en application du RGPD dans les différents métiers d'un Office de Tourisme (OT).

Le Règlement Général de la Protection des Données/AVIZI

Avizi a été reprogrammé afin d'être conforme au RGPD mis en service depuis le 25 mai 2018.



Les données déjà enregistrées dans vos anciennes bases pourront être importées dans AVIZI mais le consentement devra être à nouveau demandé.

Recueil du consentement dans la GRC régionale

Comment s'effectue le recueil du consentement dans la GRC régionale ?

Tous les contacts intégrés dans Avizi donneront leur consentement en cliquant sur un lien de confirmation (règle du double opt-in).

Par conséquent, les demandes d'abonnement aux lettres d'information ne deviendront donc effectives qu'après que le client aura cliqué sur un lien figurant dans un e-mail de confirmation de la demande.

Une case à cocher, décochée par défaut, est proposée systématiquement en fin de formulaire.

A quoi sert la mise en place d'une double case à cocher ?

La **double case à cocher** permet de proposer à l'internaute de s'abonner à ses envois ainsi qu'aux envois de tiers partenaires. Pour la CNIL, l'indication de la liste des structures tierces partenaires n'est pas imposée mais elle le sera dans le cadre du RGPD.

Le consentement est-il obtenu pour tous les modes de collecte ?

Pour respecter la règle du consentement, quel que ce soit le mode de collecte (guichet, salon, newsletter...), le double opt-in est mis en place.

Si le touriste a laissé son adresse mail à l'accueil d'un office, il reçoit un mail l'invitant à donner son consentement pour recevoir les informations de l'office. Idem pour un salon.

En cas d'import de données en masse (import Excel de contacts récupérés lors d'un salon ou synchronisation Apidae/Avizi par exemple), un mail est envoyé pour obtenir le consentement avec, idéalement, la possibilité de pouvoir contextualiser le mail (lieu et date de la collecte, contexte, finalité du traitement).

Qualification des contacts dans Avizi

Quelles sont les thématiques et sous-thématiques ?

Lors de la saisie de contacts dans Avizi, il est possible de renseigner des thématiques et sous-thématiques. Ces données servent à qualifier le contact pour permettre d'adresser des campagnes marketing ciblées.

Dans Avizi, les thématiques sont figées alors que les sous-thématiques peuvent évoluer.

Quelle est la liste des sous-thématiques régionales ?

Les sous-thématiques ont été définies en concertation avec les partenaires de la Région sur la base des besoins recensés pour la conduite des campagnes actuellement identifiées.

Les sous-thématiques retenues au niveau régional sont les suivantes :

Thématique(s)...

- Hébergements**
 - Hébergement collectif
 - Hébergement locatif
 - Hôtellerie
 - Hôtellerie de plein air
- Manifestations**
- Activités et loisirs**
 - Activités sportives
 - Bien-être
- Patrimoine**
 - Patrimoine culturel
 - Patrimoine naturel
- Gastronomie**
 - Producteurs
 - Restauration
- Services pratiques**
- Demande spécifique**
 - Tourisme d'affaires
 - Tourisme et handicap

Comment ajouter ses propres critères ?

Pour ses besoins spécifiques, il est possible d'ajouter ses propres critères par le biais de l'onglet Qualif+.

Ces critères pourront être utilisés à des fins statistiques et ou pour mener des campagnes marketing auprès de cibles spécifiques autres que celles associées aux thématiques et sous-thématiques régionales.

Gestion des contacts professionnels

Pourquoi est-ce intéressant de gérer ses propres contacts pros (B to B) au travers de l'outil Avizi ?

L'outil Avizi facilite le travail de communication avec l'ensemble des contacts saisis dans Apidae. En effet, une fois ces contacts synchronisés entre les 2 outils, toutes les actions de communication peuvent être effectuées au sein d'Avizi (envoi de mailing, réponses à des demandes diverses...). L'outil apporte ainsi une connaissance précise de la relation avec chacun dans le temps.

Comment intégrer les contacts professionnels saisis dans Apidae ?

Une passerelle entre Apidae et Avizi permet de récupérer les contacts professionnels dans Apidae pour les transferts dans Avizi. Un travail de mapping est réalisé afin de faire une correspondance entre les 2 outils. En effet, il s'agit de classer dans les différentes catégories de contacts Avizi les différentes sélections d'objets qui correspondent dans Apidae. Ainsi, dans la catégorie « Hôtellerie » d'Avizi remonteront les objets faisant partie de la sélection associée à cette catégorie dans Apidae. Afin de réaliser ce mapping, il est nécessaire de fournir pour chaque catégorie Avizi le numéro de la sélection Apidae correspondante. La société Proximit se charge d'effectuer le paramétrage initial de l'outil, moyennant la souscription du service auprès de Avizi. Il est nécessaire de transmettre le fichier de correspondance à Proximit (voir annexe). Dans ce fichier figure en rouge les catégories incontournables.

Le consentement des contacts professionnels est sollicité. Au même titre que tous les autres contacts, les contacts professionnels faisant partie de la sélection reçoivent un mail pour valider leur consentement. Après acceptation, ils deviennent opt-in.

Quels contacts professionnels remontent dans Avizi ?

Les contacts remontent dans Avizi par le biais d'une sélection sur laquelle un filtre est effectué pour ne prendre que les entités juridiques. En effet, ce sont les contacts des entités juridiques qui vont alimenter Avizi. En l'absence de ce filtre, des doublons seraient créés puisque les mêmes objets disposent des mêmes contacts et donc, des mêmes moyens de communication (voir question suivante).

The screenshot displays the Avizi search interface. It is divided into two main sections: a search criteria configuration area and a results area.

Search Criteria Configuration:

- Nom - Critère textuel:** A search box containing "Tous les mots-clés Français" and "favre".
- Types d'objets:** A search box containing "Types recherchés" and "Hébergement locatif".
- Commune:** A search box containing "Communes recherchées" and "Une commune sélectionnée. Les Gets (74260)".
- A link at the bottom of this section reads: "Cliquez ici pour ajouter des critères à ce groupe."

Search Options:

- Rechercher les entités juridiques du résultat (Entité de gestion)
- Rechercher les prestations du résultat
- A green button labeled "Rechercher les objets".

Recherche d'entités juridiques:

- Types d'objets:** A search box containing "Types recherchés" and "Entité juridique".
- A red banner at the bottom of this section reads: "Choisissez un champ dans la liste à gauche de l'écran pour l'ajouter à ce groupe."

Existe-t-il des risques de doublons ?

Plusieurs contacts sont créés dans Avizi lorsque le contact est lié à plusieurs objets provenant de sélections de type différent. Ainsi lorsqu'une entité est liée à plusieurs types d'objet de différentes sélections, plusieurs fiches sont créés dans Avizi. Il s'agit donc de doublons. Ces doublons peuvent être supprimés avec la fonction de dédoublonnage.

Comment fonctionne la synchronisation ?

Tout nouveau contact faisant partie de la sélection est automatiquement intégré dans Avizi la nuit suivante. Attention, la mise à jour d'un champ dans Apidae écrase la donnée saisie dans le champ correspond dans Avizi. Il faut donc bien faire la mise à jour dans Apidae et non pas dans Avizi.

Quelles sont les données synchronisées ?

Il s'agit de toutes les données faisant partie de la sélection, donc les contacts des entités liés aux types d'objet qui ont été sélectionnés. Une table de correspondance fait le lien entre les champs Apidae et les champs Avizi.

Statistiques à l'aide d'Avizi

A quoi servent les statistiques ?

Les statistiques permettent à chaque structure membre d'avoir une vue d'ensemble des données qui ont été saisies.

La Région dispose d'une vue agrégée sur l'ensemble des statistiques.

Panier et brochures à la demande

Comment utiliser cette fonction ?

Cette fonctionnalité permet de générer un fichier PDF contenant des fiches Apidae sélectionnées à l'aide d'un moteur de recherche. Ce fichier peut être imprimé ou transmis par e-mail.

Cette fonction est réservée aux structures ayant souscrit au pack PREMIUM ou à celles ayant souscrit à l'abonnement complémentaire dans le pack START.

Comment rechercher une fiche ?

Il est possible de faire une recherche par autocomplétion et d'utiliser un filtre sur le type d'objet touristique Apidae, l'adresse et la ville avec un curseur de distance.

Par défaut, la recherche ne fournit que les fiches dont le membre est propriétaire. En décochant la case à cocher idoine, il est possible d'élargir la recherche à toutes les fiches de la région.

The screenshot displays the Avizi search interface. At the top, there is a search bar with the text 'camping' and a search icon. Below the search bar, there are two tabs: 'Recherche' (selected) and 'Recherches enregistrées'. The main search area contains several input fields: 'Recherche' (with a dropdown arrow), 'Catégorie', 'Type', 'Du' and 'Au' (date range), 'Ville', and 'Adresse'. There is also a 'Rayon' (radius) slider. On the right side, there is a sidebar menu with various categories: 'Hébergements' (checked), 'Manifestations', 'Activités et loisirs' (checked), 'Patrimoine' (checked), and 'Gastronomie' (checked). The main content area shows a table with columns 'Titre', 'Popularité', and 'Thématique'. Below the table, there is a section for 'RÉSULTATS SIT : 324 résultat(s)' and a language selector set to 'FR'. At the bottom, there are several filters: 'Objet de la demande' (Documentations avizi : 0, Fiches SIT : 2, PDF : 0), 'Thème de la demande' (Hébergements, Hôtellerie de plein air), and 'Contact' (Profil, Mode de contact, Mode de réponse). On the far right, there are checkboxes for 'Identité', 'Adresse', and 'Préférences'.