

White Paper

Los 8 grandes retos del viaje corporativo

Adaptarse o morir



Diferenciar y monetizar nuestra propuesta

HOY...

- Las agencias especializadas en corporativo compiten principalmente en precio.
- Buscan diferenciarse a través de servicios de consultoría y asesoramiento. La estandarización de las soluciones dificulta que el cliente perciba su valor e imposibilita que puedan monetizarse.

EL RETO:

Definir una propuesta diferente más allá del precio. Lograr que su valor sea percibido como diferencial y valioso por el cliente y así conseguir monetizarlo.



HOY...

- Muchas agencias clasifican su cartera de clientes en función de su facturación en viajes. Definen la propuesta y el servicio en función de su valor actual pero sin tener en cuenta su potencial.
- No se adecúa el servicio en función de variables relativas al comportamiento del viajero (motivo del viaje, necesidades en destino, hábitos de gasto,...).

EL RETO:

Diseñar una propuesta de servicio más allá del volumen de gasto en viajes de la empresa y buscar la diferenciación en base al comportamiento y necesidades de sus viajeros.



Obtener nuevas fuentes de ingresos: 'ancillaries'

HOY...

- Las agencias buscan activamente nuevas vías de ingresos basadas en la prestación de servicios complementarios al viaje.
- Las grandes empresas demandan la integración de todos los servicios consumidos durante el viaje: vuelos y alojamiento, pero también otros como taxis, restaurantes o parkings.

EL RETO:

Ofrecer una propuesta diferente e integral capaz de incluir de manera consolidada todos los servicios demandados por el viajero: avión, hotel, taxis, restaurantes, parkings,...



Integrar la oferta complementaria

HOY...

- No se está prestando suficiente atención a la vinculación ocio y negocio durante los viajes de empresa, reduciendo la satisfacción del cliente.
- Las agencias tratan de captar viajes vacacionales del viajero corporativo, pero todavía existe una oportunidad de generar una propuesta diferente aumentando ingresos adicionales.

EL RETO:

Integrar una propuesta que permita captar y monetizar los momentos de ocio en los viajes de trabajo, mejorando la experiencia y satisfacción del viajero corporativo.



Conocer realmente a la empresa y el viajero

HOY...

- Apenas existen estudios de posicionamiento competitivo que permitan conocer la percepción de empresas cliente y viajeros sobre la propuesta de las agencias.
- Esta falta de información limita su capacidad de actuación y de mejora de los servicios que actualmente necesitan sus empresas cliente.

EL RETO:

Entender la realidad de la empresa y el viajero para definir productos y servicios que generen relaciones fieles y duraderas.



Adecuar nuestro servicio a cada tipo de cliente

HOY...

- Muchas agencias están focalizadas en el desarrollo de las grandes cuentas, pero existen otros segmentos con menor competencia y mayor rentabilidad.
- El servicio e interlocución demandada varían radicalmente entre los diferentes tipos de clientes. Determinar su valor, adaptar la propuesta y los recursos es crítico para poder rentabilizarlos.

EL RETO:

Adaptar la propuesta de valor, el nivel de servicio y los recursos dedicados, para acceder a un perfil de empresas con menor gasto en viajes, buscando la rentabilidad en el volumen.



Gestionar y consolidar todos los gastos del viaje

HOY...

- La principal área de mejora en la gestión del viaje corporativo radica en ofrecer la posibilidad de controlar y consolidar todos los gastos, haciendo posible su desgravación.
- Actualmente no existe ninguna solución global al respecto, más allá de algunos sistemas de captura de tickets de gasto a través del móvil.

EL RETO:

Gestionar eficientemente todos los gastos del viaje (avión, taxi, restaurante, propinas,...), simplificando los procesos internos, mejorando la toma de decisiones e incrementando el ahorro.



Aplicar la tecnología en todo el ciclo del viaje

HOY...

- Algunas agencias están centradas en desarrollar soluciones de Mobility que satisfagan las necesidades (información y transacción) de los viajeros de negocio.
- De momento tan solo una dispone de una solución integral, propia y operativa.

EL RETO:

Ofrecer a través de la tecnología utilidad e inmediatez al viajero corporativo ofreciendo soluciones que le faciliten su experiencia durante todo el ciclo del viaje (antes, durante y después).



¿Cómo competir en este nuevo entorno?

Entender las claves de este nuevo escenario, es la base para crear una propuesta de servicio diferente, rentable y duradera:



Entiende mejor a tus clientes



Añade valor real a tu propuesta



Consigue prevenir el abandono de clientes



Obtén una mayor efectividad comercial



Mejora la rentabilidad en tus empresas cliente

En **reinizia^T** queremos...



...Ayudar a las empresas del sector turístico a transformarse, redefinir y adaptar su propuesta de valor para aprovechar las nuevas oportunidades



...desarrollar proyectos que tengan impacto real en la cuenta resultados de nuestros Clientes...



....compartir objetivos y resultados con nuestro Cliente a través de una relación basada en el compromiso.

Contáctanos

 912 986 212

 info@reiniziat.es

 Paseo de la Habana 9-11
28036 Madrid