



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2022 - NÚM. 1

Del 1 al 31 de enero



Sumario

GEA renueva su campaña de bonificación de cuotas en 2022

El Grupo colabora con esta iniciativa a la rentabilidad de sus asociadas

Todo sobre el stand virtual de Grupo GEA

El Grupo ha pretendido fomentar las sesiones informativas con los agentes

GEA lanza su top de noticias de 2021

Rentabilidad, herramientas y campañas son algunos temas recogidos en el documento

GEA RENUEVA SU CAMPAÑA DE BONIFICACIÓN DE CUOTAS EN 2022

El Grupo colabora con esta iniciativa a la rentabilidad de sus asociadas

“Somos conscientes de las dificultades que están atravesando las agencias y, como grupo de gestión, esta es una forma de ofrecer protección: buscando la mayor rentabilidad y ofreciendo campañas estratégicas con las que se obtenga un beneficio directo en su economía”, explican desde la dirección de GEA.

Ofrecer rentabilidad económica a las agencias para velar por su permanencia y seguridad en el mercado ha sido una de las estrategias de Grupo GEA en 2021 y el objetivo es que lo sea, también, para 2022. Tanto es así que el Grupo ya ha puesto en marcha, de nuevo, su campaña de bonificación de cuotas, con la que las agencias podrán ahorrar con sus ventas hasta el 100% del importe de su mensualidad de asociación. “Podrán acogerse a esta campaña con sus resultados de todo el año”, dice la directora general de GEA, Sara Fernández.

BUENOS RESULTADOS EN 2021

La campaña de 2021 dio muy buenos resultados a pesar del contexto tan complicado y cambiante que vivimos. “Cerramos el año con buenas noticias: más del 60% de las agencias GEA bonificaron su cuota. Y, de hecho, algunas asociadas no tuvieron que pagar la mensualidad hasta enero de este año”, explica Fernández. “Además del beneficio económico por el ahorro total que supone, creemos que este tipo de iniciativas suponen una protección extraordinaria a las agencias, quienes no paran de demostrar que son capaces de sobrevivir a cualquier adversidad gracias a su trabajo y profesionalidad”, añade la directiva de Grupo GEA.

SOLUCIONES PARA LAS AGENCIAS

Para Grupo GEA este tipo de actuaciones “son fundamentales”, explica Fernández. “Somos un grupo de gestión y debemos ofrecer soluciones a nuestras agencias. Y no solo de rentabilidad, que por supuesto, sino también en cuanto a tecnología, formación o campañas comerciales. Todo esto sumado al trabajo en equipo, desempeñado por profesionales especializados, han compuesto y seguirá siendo parte de la estrategia de Grupo GEA”, finaliza la directora del Grupo.

TODO SOBRE EL STAND VIRTUAL DE GRUPO GEA

La iniciativa ha tenido lugar entre los días 19 y 26 de enero

Coincidiendo con FITUR 2022, Grupo GEA ha lanzado una iniciativa digital con la que fortalecer su relación y comunicación con las agencias de viajes: un stand virtual. Desde el día 19 y hasta el 26 de enero, “pretendemos fomentar las sesiones informativas con los agentes, además de potenciar la conectividad dentro del sector”, explican desde Grupo GEA.

La Feria internacional de turismo es un momento de intercambio a nivel profesional dentro del sector. Intercambio de sinergias y especialización, un refuerzo del propio gremio en unos días de revolución y moqueta interminables. Conscientes de “la dificultad del momento que atravesamos y también de la necesidad de estar presentes en estos días de máxima compenetración del sector, hemos decidido lanzar un stand virtual para prestar atención a la demanda de visitantes como grupo de gestión”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

De nuevo, una de las herramientas más valorada de Grupo GEA, estará disponible para ofrecer atención personalizada: “serán los delegados de zona GEA los que atiendan las peticiones. Para una mayor organización y mejor funcionamiento del stand virtual, será necesario solicitar cita”, explica Fernández. “Nuestros delegados, parte indispensable del equipo humano de GEA, estarán disponibles para resolver cualquier duda y aportar la mejor información y soluciones a los agentes de viajes”, añade la directora de GEA.

Debido al ritmo frenético propio de FITUR y para “ofrecer un mejor servicio”, desde Grupo GEA han decidido “alargar hasta el día 26 de enero el stand virtual. Así, también facilitamos la organización de agendas y damos mayor cobertura como servicio”, explican desde GEA. Con independencia a la apertura de este stand virtual, “nuestros delegados siguen atendiendo a las agencias de viajes, virtual e incluso presencialmente, durante todo el año. Prestar un servicio cercano y personalizado es una de las prioridades de Grupo GEA”, cuenta la ejecutiva.

Desde Grupo GEA creen con firmeza que “debemos permanecer más unidos que nunca, para proteger a las agencias y potenciar el turismo, ahora más que siempre. Por supuesto, seguiremos trabajando estas iniciativas que invitan a la conexión”, finaliza Fernández.





GEA LANZA SU TOP DE NOTICIAS DE 2021

**Rentabilidad, herramientas
y campañas son algunos
temas recogidos en el documento**

Cambiar de año siempre es sinónimo de reflexión y balance, también para las empresas. Por este motivo, desde Grupo GEA han lanzado un dossier recopilatorio que contiene un resumen de las mejores noticias publicadas por el Grupo durante 2021. Distribuido por secciones, puede encontrarse información sobre la marca GEA: rentabilidad, herramientas y nuevas tecnologías, un resumen de las campañas comerciales, servicios...

Desde Grupo GEA son conscientes de que, para enfocar los objetivos de 2022, debemos tener claro de dónde venimos y cómo se ha desarrollado el año anterior. “Por este motivo hemos decidido, tras hacer un análisis del año que acabamos de cerrar, compartir con nuestras agencias este balance”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

En un año que sin duda ha estado marcado por la incertidumbre constante y por nuevas restricciones de movilidad, “desde Grupo GEA hemos decidido apostar, como siempre, pero con más conciencia para la adaptación, por las nuevas tecnologías como medio indispensable para la transformación de las agencias a los nuevos tiempos y al nuevo perfil de viajero”, cuenta Fernández.

Por otra parte, “ofrecer rentabilidad añadida a las agencias, no solo en cuanto a su economía se refiere gracias a los rappes, que por supuesto, sino a través de campañas comerciales, sorteos de viajes para ellas y sus clientes, a modo de fidelización... Incluso otros servicios externos como la posibilidad de instalar cajeros automáticos para obtener incentivos extras, ha sido una forma más de proteger a nuestras asociadas”, añade la ejecutiva.

En definitiva, “desde Grupo GEA hemos querido realizar una auto-evaluación que nos ayude a seguir mejorando nuestros servicios. Recibimos 2022 con fuerza, optimismo y de la mano de nuestras asociadas para que el camino sea lo más cómodo posible”, finaliza la directora general de Grupo GEA.

Para acceder al documento,
pincha aquí





www.grupogea.com
952376655

