



www.grupogea.com
952376655



AÑO 2023 - NÚM. 7
Del 1 al 30 de agosto

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

I ♥
CRM

Por qué es útil un CRM

La comunicadora de Grupo GEA nos lo cuenta.

Atendamos a la siguiente historia:

“cuando entras a una cafetería y el camarero te pone sin preguntar el café ‘con leche fría en vaso grande’, justo como a ti te gusta; la tostada con el pan ‘sólo calentito’, sin tostar, como a ti te gusta; cuando te da los buenos días llamándote por tu nombre... sientes que eres más que un cliente.

Lo que ha usado ese camarero es un CRM mental.

Y esta es la razón porque la que debemos implementar uno en nuestra agencia de viajes, para hacer sentir especial a nuestro viajero y acercarnos al máximo a sus gustos”, cuenta la responsable de comunicación de Grupo GEA, Mercedes Barrutia. La comunicadora habla sobre cómo comunicarte con tu cliente en esta entrevista.



Mercedes Barrutia, responsable de Comunicación de Grupo GEA

¿CÓMO PUEDE AYUDAR AL AGENTE DE VIAJES?

Reduciendo el número de acciones inútiles o poco eficaces y garantizando que cada acción que realices para comunicarte con tu cliente te ofrezca las mayores garantías e, incluso, el éxito que supone una venta. Es decir, con un CRM puedes enfocar mejor tus mensajes y lanzarlos a una audiencia previamente definida. Aquello de enviar a todos tus clientes el mismo mensaje, el mismo catálogo o la misma publicidad de un viaje es absurdo, es una pérdida de tiempo que además te aleja cada más de una venta. ¿Para qué quieres enviar una promo de un viaje a Egipto, por muy de moda que esté o por inmejorable que sea la oferta, a alguien que sabes que no viaja en avión? Este tipo de acciones, de verdad, hacen que tu cliente esté cada vez más lejos de ti y de tu marca. Conocer a los viajeros como un perfil determinado es fundamental para conseguir una venta. Y gracias a todas las posibilidades que ofrece el CRM esto es posible.

¿CUÁL ES LA FUNCIÓN QUE MÁS TE GUSTA DEL CRM?

La de etiquetar, sin duda, porque esto es lo que permite segmentar la base de datos. Esto ayuda a construir mejor cada perfil. Y si alguien cree que se tarda mucho, se equivoca: cada vez que accedas a una ficha de cliente porque trates con él, añades la nueva información que has descubierto. Por ejemplo, si viaja o no en avión. Cuándo es su cumpleaños, porque se suele regalar para esa fecha un viaje. O si ha disfrutado de sus vacaciones por Asia o si ha jurado no volver porque le ha sentado mal el picante y ya no quiere saber nada de ese destino. Si viaja en familia, o solo porque es soltero. ¿Suele ir con su pareja y son románticos o más bien aventureros? Toda esa información la podemos almacenar en unos segundos y podemos emplearla para definir estrategias de ventas y comunicación.

DESDE EL PUNTO DE LA VISTA DE LA COMUNICACIÓN, ¿POR QUÉ ES TAN EFICAZ?

Porque te permite automatizar procesos, y no se puede pedir más. Te permite llevar a cabo esas estrategias de las que hablábamos antes. Imagina que hoy tengo una oferta de un viaje por Vietnam, de aventura extrema: gracias a las etiquetas de las fichas de clientes puedo seleccionar a aquellos perfiles para los que este viaje es una opción. Tengo más posibilidades de acertar. Mis esfuerzos y mi comunicación serán más eficaces y mi marca siempre estará presente en la mente del posible cliente porque, simplemente, sabe que lo conoces y que le vas a ofrecer cosas que le gustan. La atención será más personalizada.

¿TAMBIÉN ES RELEVANTE PARA EL MARKETING?

Vamos a seguir con el ejemplo de Vietnam. Una vez que tengo los perfiles seleccionados y tengo mi oferta ya sé qué vendo y a quién. Ahora vamos a ver el cómo me acerco a ellos. Imagina que abro mi CRM, creo un correo electrónico al que adjunto esa oferta, redacto una breve descripción... La típica fórmula de “Hola, nombre de cliente”. Y le explicamos que tenemos una oferta para él. Para él y para todos los demás perfiles que son como él, de forma personalizada. Y le damos a enviar a esa selección específica. Todo, en unos minutos. Nuestra oferta ha llegado a las personas indicadas. No es que esto sea un milagro, no nos vamos a engañar; pero sí estamos realizando nuestra oferta de una forma más eficaz, estamos comunicándonos mejor con nuestro cliente. Y esto nos hace mejores agentes al humanizar la atención al viajero.

¿USA UN CRM O SÓLO LO ACONSEJA?

Yo lo uso a diario. Porque además de todo lo que ya hemos hablado, es una forma muy útil de trabajar en Grupo. Yo lo uso para compartir con mi equipo de trabajo la planificación de la semana, nuevos proyectos, poner avisos de temas pendientes a las personas responsables de ejecutarlas... Así como para los envíos de newsletter o comunicados internos a las agencias. Resulta muy útil tener toda la información centralizada y además compartida con quien corresponda. Por ejemplo, en una agencia de viajes, gracias al CRM un agente se puede hacer cargo de un cliente cuando quien normalmente le atiende no está. Para la comunicación interna es realmente útil porque te saca de más de un apuro.

“Si el CRM es algo que nos permite acercarnos a nuestro cliente, mejorar la comunicación interna y externa, automatizar procesos y mejorar la rentabilidad de nuestro negocio al agilizar tareas, ¿por qué no probarlo? Además, el papel se ha puesto demasiado caro y el CRM de Ofimática está incluido en la cuota GEA”.

¿Cuál dirías que es el **COMPAÑERO PERFECTO** del agente de viajes..?

Imagina un agente tecnológico **capaz de memorizarlo todo**, incluido en tu cuota.

Entrevistamos a la CRM Manager de Grupo GEA, Laura Sagástegui. La experta nos cuenta que “CRM es nuestro aliado, incluso nuestro ‘compañero’ de trabajo digital”, dice Sagástegui. Mucho más un conjunto de post-it empapelando la oficina, más allá de tener que empezar de cero con un cliente que no es tuyo. El CRM es una “solución”, una “oportunidad”, el compañero que no falla.



Laura Sagástegui, CRM Manager de Grupo GEA

P: RECIENTEMENTE, GRUPO GEA HA SUMADO A SU EQUIPO UNA CRM MANAGER, ¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DE ESTA RESPONSABILIDAD?

R: Vivimos en un mundo digital, no han pasado tantos años desde que internet llegó a nuestras vidas y, sin embargo, se nos hace difícil pensar en un mundo sin él. La transición ha sido muy rápida y todo evoluciona muy deprisa. En este sentido, la digitalización de la información que manejamos es fundamental, pero el trabajo de un CRM Manager va más allá.

Acompañar a los colaboradores de la empresa en el proceso de implementación es la clave, el uso del CRM por parte de todos los departamentos de la empresa es necesario para que la información obtenida sea orgánica. Con ésta tenemos que gestionar la base de datos, analizarla y transformarla en insights que faciliten a la empresa la toma de decisiones. Lo que se traduce en una mejor captación, mayor grado de satisfacción y fidelización de los clientes.

P: GRUPO GEA OFRECE UNA APLICACIÓN DE MÓVIL, LLAMADA FREE&GO, PARA GESTIONAR LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE. ENTRE ESTA HERRAMIENTA Y EL CRM, ¿CON CUÁL SE QUEDAS?

R: La app y el CRM están estrechamente relacionadas. Como agente de viajes no podría elegir solo una: por un lado, la app está pensada para mejorar la experiencia del cliente. Te permite consultar sus expedientes, hacer nuevas solicitudes, acceder a su documentación desde cualquier parte del mundo, buscar ofertas, solicitar presupuestos... Por otro lado, con el CRM gestionamos la información y solicitudes que nos llegan desde la app, la ponemos en valor y optimizamos futuras comunicaciones. Para mí ambas son indispensables.

P: SI TUVIESE QUE DESTACAR 3 FUNCIONES DEL CRM, ¿CON CUÁLES SE QUEDA?

R: Para el día a día en una agencia de viajes me quedaría con las fichas de cliente, con las propuestas de viaje y con el registro de acciones. Con las fichas del cliente disponemos de toda la información relevante de nuestro cliente, con esta información conseguiremos una mejor segmentación. Por otro lado, la creación y envío de presupuestos y propuestas de viajes agiliza nuestra labor. Y con el registro de acciones almacenamos la información relevante de lo que ha sucedido en el transcurso del día.

¿QUÉ LE DIRÍA AL AGENTE DE VIAJES QUE NO SE ATREVE A USARLO?

Comprendo que siempre es desafiante salir de nuestra zona de confort e implementar cambios en la forma de trabajar, pero le diría que se anime a dar el primer paso y valore por sí mismo las ventajas. Muchas veces queremos abarcarlo todo desde el principio y al no conseguir nuestro propósito nos frustramos.

Por eso, para empezar, le animaría a utilizar sólo una función, la que más se ajuste con su estilo de trabajo; para algunos puede ser el calendario, para otros los recordatorios, o el envío masivo de mails. Una vez que tengamos integrado el uso de esa primera función, avancemos con la siguiente hasta que saquemos el máximo provecho del CRM.

A fin de cuentas, el CRM es nuestro aliado, incluso nuestro “compañero” de trabajo digital.

Desde Ofimática explican que la **implementación del CRM** de Grupo GEA es **personalizada**

El Sales Manager de Turismo y Transporte de Ofimática, Chema Iglesias, explica en esta entrevista las ventajas de un CRM. Si a la “gestión de relaciones con el cliente”, le sumas que el paquete Ofi que ofrece Grupo GEA a sus agencias -incluido en la cuota- está concebido “en base a las necesidades del agente de viajes”, tras más de “40 años” de experiencia de Ofimática... Si le añades que la implementación en cada agencia es un proceso de acompañamiento personalizado a tres bandas... El resultado es un “asistente ideal para el agente de viajes”, dice Iglesias.



Sales Manager de Turismo y Transporte de Ofimática, Chema Iglesias

¿EN QUÉ SE DIFERENCIA EL CRM DE OFIMÁTICA DE OTRO?

Existen en el mercado excelentes soluciones CRM. Sin embargo, si hemos de indicar un diferencial entre nuestro OfiCRMTRAVEL y el del resto de la competencia es, precisamente, que OfiCRMTRAVEL está concebido en base al conocimiento de los agentes de viajes. Es decir, es una solución específica que recopila las necesidades de las agencias, identificadas durante los 42 años en los que Ofimática ha dado solución a las necesidades del sector.

CUANDO UNA AGENCIA SE AVENTURA A USARLO, ¿QUÉ OPINIONES RECIBEN SOBRE SU EXPERIENCIA?

En el momento que una agencia de viajes empieza a usar OfiCRMTRAVEL, el comentario que más se repite es “No sé cómo he podido vivir todo este tiempo sin una gestión CRM”. El aumento en la calidad de la atención al cliente es cuantitativo y cualitativo.

EL CRM PERMITE LA VINCULACIÓN CON OTRAS HERRAMIENTAS, ¿QUÉ POSIBILIDADES OFRECE?

En nuestro caso, OfiCRMTRAVEL está totalmente sincronizado con nuestras soluciones de Gestión OfiTour y OfiViaje. Esto significa que, tanto fichas como expedientes, están accesibles en OfiCRMTRAVEL. Además, cuenta con una intranet para los clientes y una APP, en la que los viajeros pueden encontrar, no sólo toda la documentación de sus viajes, sino que además es un canal directo de comunicación con el agente de viajes.

LAS AGENCIAS GEA NO ESTÁN SOLAS EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN. EL TRABAJO EN EQUIPO DE OFIMÁTICA JUNTO CON EL GRUPO Y ADLÁTERE, ¿EN QUÉ SENTIDO ES UN ACOMPAÑAMIENTO?

La implantación de un CRM en una empresa es algo muy íntimo de cada una de ellas. En este caso, no podemos dar “café con leche” para todas, a pesar de que todas sean agencias de viajes. Para ello, contamos con la inestimable experiencia de AdLátere que, en base al enorme respeto a los procesos internos de cada empresa, proponemos y acompañamos a la agencia asociada a GEA. No sólo en el momento de la implementación y puesta en marcha, también durante la operativa diaria. La agencia de viajes asociada, como te puedes imaginar, nunca va a estar sola: la conjunción GEA, con AdLátere y Ofimática, va a velar, asesorar y acompañar a la asociada al Grupo.

EL ACUERDO CON GRUPO GEA OFRECE ESTA HERRAMIENTA EN LA CUOTA, JUNTO CON OTRAS QUE, ¿CÓMO AYUDAN AL AGENTE?

El Pack de Soluciones de Ofimática que ofrece Grupo GEA a sus asociadas facilita al agente de viajes todo un entorno de trabajo en donde están contemplados todos los procesos de la Agencia. Desde la búsqueda, comparación y reservas de servicios, la gestión de estos, facturación, procesos administrativos y, por supuesto, en el caso que nos ocupa, toda la gestión de las relaciones con el cliente.

“Animo a todas las agencias de viajes GEA que aún no se han decidido a poner en marcha su OfiCRMTRAVEL que lo hagan. No te lo pienses y aprovecha la oportunidad de poder digitalizar su empresa gracias a esta herramienta que te ofrece Grupo GEA sin coste adicional”

“Pregunta, por favor, a una agencia que ya use el CRM y luego decides”

**DESDE ADLÁTERE,
GRACIAS AL TESTIMONIO DE AGENCIAS GEA,
SABEN QUE NECESITAS UN CRM**

El CRM es una herramienta tecnológica capaz de aportar mayor rentabilidad al negocio de tu agencia de viajes, lo dicen las cifras y las propias agencias. Precisamente por la importancia que suscita en un entorno totalmente digitalizado, Grupo GEA ofrece a sus asociadas formación personalizada, un auténtico acompañamiento particular sin coste adicional.

La encargada de gestionar estas sesiones es la auditoría externa AdLátere, compuesta por Agustín Román, experto en tecnología, y Antonio Lamadrid, experto en comportamiento humano, quienes hoy nos cuentan los motivos por los que tu negocio necesita el CRM que ofrece Grupo GEA.



Antonio Lamadrid y Agustín Román, socios fundadores de AdLátere

¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE?

Está demostrado que con el uso adecuado de un CRM la eficiencia en el trabajo de un profesional de la venta aumenta hasta en un 30%.

SI YO TUVIESE UNA AGENCIA DE VIAJES, ¿QUÉ EJEMPLO ME PONDRÍAN PARA ANIMARME A USARLO?

Estoy de fin de semana en una casa rural, un cliente ha perdido un vuelo en New Delhi, contacta conmigo por la app del CRM, gestiono rápidamente dos alternativas de vuelos, se las hago llegar al cliente, elige la más adecuada, le gestiono la tarjeta de embarque y con sólo 3 horas de retraso llega a Madrid a tiempo de incorporarse a su trabajo. Dos días después aparece una reseña en Google en la que agradece mi profesionalidad y la dedicación plena a él, como cliente. Toda la gestión me llevó 8 minutos de mi tiempo. Un mes después un hermano y un proveedor de mi cliente son nuevos clientes míos. El CRM me ha permitido todo esto gracias a que me facilita la deslocalización, ya que la información está en la nube, la prescripción por parte de mi cliente y la compartición de documentación, entre otras funcionalidades.

USAR UN CRM, ¿ES UNA TÉCNICA DE VENTA?

No, es mucho más que eso. Su uso es una herramienta de gestión que me permite conseguir nuevas ventas, optimizar tiempos, reducir costes; en resumen, ser más eficiente. Eso sí, permite aplicar las mejores técnicas de venta, pues se dispone de información precisa sobre el cliente, de sus preferencias temporales y de estilos de viaje, de si prefiere más o menos servicios en sus viajes, de la rapidez de sus decisiones de compra y de la posibilidad de conseguir testimonios de su satisfacción, como ejemplo para otros clientes. El CRM es la herramienta tecnológica que marca la diferencia de la acción comercial.

RESPECTO AL CRM Y GRUPO GEA, ¿DE QUÉ SE ENCARGA ADLÁTERE?

Somos una consultoría estratégica que dispone de experiencia de 20 años en el conocimiento del sector turístico, de un lado; y de las actitudes o comportamientos de los responsables comerciales en su interacción con el cliente, por otro. Combinamos ambos conocimientos para aportar valor a las agencias de Grupo GEA y para reforzar su iniciativa de apostar por el uso del CRM; incidimos en sus prestaciones, desde el punto de vista del ciclo de vida del viajero, para que la agencia pueda vender más y ganar más y satisfacer mejor a sus clientes. Además, buscamos sinergias y casos de éxito para ejemplificar los beneficios del uso de la herramienta.

¿CUÁLES SON LAS SENSACIONES DEL ANTES Y EL DESPUÉS DE LAS AGENCIAS TRAS ASISTIR A LAS FORMACIONES?

Todas las agencias que han participado en las sesiones se han mostrado interesadas en el modo de activar o arrancar la herramienta y, como en todo proceso de aprendizaje, hay agentes más resueltos que otros a la hora de iniciarse. Pero, en todos los casos, el interés es grande. De hecho, más de 100 agentes de Grupo GEA han participado en estas acciones y confiamos en que en las próximas ediciones otros tantos agentes participen. Además, a partir de septiembre, vamos a introducir novedades aportando soluciones específicas para diferentes logros a conseguir. Recomendamos la participación de todos para ayudar a conseguir el objetivo de eficiencia y de reducción de costes y errores en la gestión de la relación con el cliente.

“La voluntad del Grupo, así nos lo transmite su Dirección, es la de seguir formando y capacitando a todos los agentes que quieren aprender su uso, que cada día son más. Tras los meses de verano, de tanta actividad para las agencias, a partir de mediados de septiembre, continuaremos con las sesiones. Tenemos una clara vocación de servicio para con las agencias, es la razón de nuestro existir”.

¿Cómo te va con el CRM..?



Aquí presentamos algunos testimonios de agencias GEA que han recibido formación personalizada...

“Para enviar a clientes de empresas queda mucho más profesional y es una mejora de la imagen que tendrá su beneficio en ventas”

Miriam, Gestourist



“También tiene muchas ventajas para evitar el descontrol de pagos, para nosotros es fundamental y evitas olvidos”

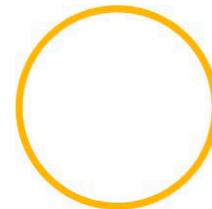
Pilar, Viajes Doval

“El CRM nos permite pasar de trabajar de forma individual a forma colectiva. Ganamos mucho en eficiencia”

Viajes Cibeles

“Tengo toda la información disponible en todo momento y desde cualquier sitio. Y mis clientes también”

Juanma, Latitud Sur



“Sabemos que nos puede ahorrar tiempo y ayudar a guardar datos”

Daniel, Spatravel



“Con los dos webinars a los que he asistido me ha sido suficiente. Solo me falta tomar el hábito y si tuviera alguna duda les pregunto”

Isabel, Viajes Texina

“La ventaja que he obtenido son las peticiones a través de la aplicación móvil. Son los propios clientes los que me están creando el expediente”

Moisés, Gestium



“Hay que meterlo en la rutina diaria y eso es lo que cuesta, pero a nivel de accesibilidad y de funcionalidad lo veo muy fácil”

El equipo de Oceanía Travel



www.grupogea.com
952376655

