



www.grupogea.com

952376655

AÑO 2023 - NÚM. 4

Del 1 al 31 de mayo

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

Berlín:
14 agencias, 4 días,
2 proveedores y un Grupo



ADEMÁS...

Descubre este vídeo de Grupo GEA:
'Súmate a la fuerza de un gran Grupo'

Contigo: así son las jornadas presenciales
y encuentros locales de Grupo GEA

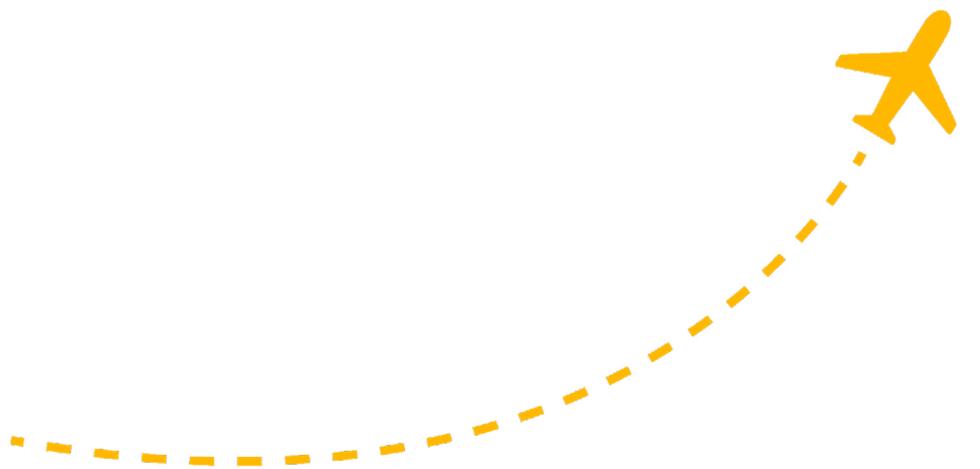
"La comunicación de Grupo GEA es un
beneficio para la agencia socia"

BER

L

Í

N



14 agencias, cuatro días, dos proveedores y un Grupo

Este es el balance del último fam trip que GEA ha organizado para sus asociadas.



Desde finales del pasado año el equipo de gestión de GEA ha ido recuperando la realización de viajes educativos en colaboración con sus principales proveedores. Una representación del Grupo acaba de regresar de Berlín, donde han estado del 17 al 21 de mayo en colaboración con Special Tours y Vueling. “Esta dinámica está favoreciendo que este sea año muy completo en este sentido, por los fam trips ya realizados y por los que estamos planificando para el próximo otoño”, explica el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

Este fam trip a Berlín ha permitido que “las agencias asociadas a Grupo GEA conozcan las particularidades de este destino tan completo que combina el interés histórico correspondiente a la segunda mitad del siglo XX, el cultural, los entornos de naturaleza, la gastronomía, y su historia desde la Edad Media. Nuestras asociadas han podido profundizar en su conocimiento a través de la experiencia de este viaje, lo que garantiza un mejor servicio a sus clientes”, cuenta el directivo del Grupo.



Las agencias participantes en este viaje de familiarización han realizado una visita panorámica con la que han conocido la Puerta de Brandenburgo o la Isla de los Museos, entre otros enclaves. Tras una visita por el campo de concentración de Sachsenhausen, se han desplazado a la región de Sajonia y Potsdam, donde, por ejemplo, han podido pasar por el mítico puente de los espías. Todo ello, “complementado con la profesionalidad de la comercial del equipo de Special Tours que nos ha acompañado, Maribel Escobar, y la altísima cualificación de los guías locales que nos han enriquecido cada visita. Además de la compañía aérea, Vueling, facilitadora del transporte a Berlín”, dice Cáceres.

Desde Grupo GEA consideran que “este tipo de viajes permite al agente una formación de 360 grados sobre el destino y conocer de primera mano el estilo cuidado de circuitos que Special Tours planifica, y en los que el viajero es el centro de toda su programación, ofreciendo nuevas oportunidades de negocio por la flexibilidad y adaptación que este importante touroperador ofrece a los más variados tipos de viajeros”, cierra Cáceres.



En el fam trip a Berlín de Grupo GEA han participado las siguientes agencias: Les Corts (Barcelona), Savitur (Málaga), Engrupo (Valencia), Manacor (Mallorca), Cibeles (Madrid), Aquae Calidae (Barcelona), Male (Zaragoza), Tres 60 (Tenerife), Kudlich (Tenerife), Beiramar (Pontevedra), Airbus Galicia (Pontevedra), Vuelta a Casa (Gran Canaria), Kaugumi (Almería), Tonamon (Barcelona).

CONTIGO: así son las jornadas presenciales de Grupo GEA

Los encuentros GEA Contigo continúan en marcha, con su última edición en Canarias.

GEA sigue estando Contigo, con sus agencias socias, gracias a sus encuentros locales. La última edición de estas jornadas de trabajo ha tenido lugar en las Islas Canarias, en concreto en Las Palmas y en Santa Cruz de Tenerife, ambos en hoteles Occidental. Con el patrocinio de Ávoris Corporación Empresarial, Grupo GEA ha ofrecido a sus asociadas una sesión de alta calidad profesional además de un rato de convivencia en Grupo.

En Canarias, “Grupo GEA lleva muchos años con una presencia consolidada”, afirma su delegado de zona, Sunil Daryanani. “Ávoris nos ha tenido en consideración y hemos llevado a cabo un GEA Contigo exclusivo para hablar de las diferentes marcas y posicionamientos, aclarar conceptos y ofrecer información especializada y muy actualizada. Una experiencia muy enriquecedora donde además hemos descubierto nuevas operativas para las agencias de viajes”, explica Daryanani.

Otra cuestión muy importante que se refleja en estas jornadas es la capacidad de adaptación de las agencias de viajes. “Una de las funciones de GEA Contigo es el aprendizaje. Y se agradece que, aunque una agencia lleve muchos años en el sector y tenga una gran experiencia, se presten a mejorar sus conocimientos, porque eso indica que hay una intención de reciclaje y evolución”, comenta el delegado canario.

Como delegado de zona, Daryanani explica que “la clave está en concebir estos eventos como formación y un como formato próximo que permite reforzar las relaciones entre las agencias de zona y el Grupo. Son muy importantes estas jornadas para todos los integrantes: asociadas, patrocinadores y equipo GEA”, añade.

Desde que se iniciaran los encuentros GEA Contigo a finales de 2021, estas jornadas presenciales se han convertido en una pieza clave para Grupo GEA. “No sólo sirven como punto de encuentro físico, donde se refuerzan las sinergias de Grupo. Sino que también son un centro de reuniones de profesionales altamente cualificados donde se combinan compañerismo, información y trabajo”, añade la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.



“La comunicación de Grupo GEA es un beneficio para la agencia socia”

La comunicadora del Grupo habla sobre la necesidad de una información de calidad

Organizar bien la información, filtrarla y enviarla por los canales oportunos es fundamental para ofrecer un buen servicio a las agencias socias de Grupo GEA. Tener “un protocolo” con el que “no saturar a las agencias” a la vez que se cumplen los requisitos de la legislación, pero garantizando la comunicación exitosa dentro del Grupo, es imprescindible. Esto es lo que la responsable de comunicación de Grupo GEA, Mercedes Barrutia, nos cuenta sobre la marca y sus asociadas.



Mercedes Barrutia, comunicadora de Grupo GEA

P: ¿Por qué es tan importante la comunicación para Grupo GEA?

R: La comunicación nos hace la vida más fácil, y las vías en las que comunicamos o accedemos a la información, también. Además, desde una perspectiva corporativa, si nuestra capacidad de comunicación e interpretación nos distingue de otras especies animales, como marcas, igualmente, nuestro estilo de comunicación también es un distintivo. Hace un tiempo que Grupo GEA ha dado un giro a su estilo y forma de comunicar, no sólo a nivel interno, el cual, por supuesto, es fundamental para poder generar ese Grupo, sino también en un plano externo. Que hayamos simplificado la información, que tengamos un protocolo establecido para hacer envíos, que organicemos los contenidos que queremos lanzar según el soporte, el objetivo y el segmento al que nos dirigimos es un beneficio para la agencia socia ya que evitamos saturar a la vez que tenemos un sistema de información fluido bidireccional.

P: ¿Cómo sabe Grupo GEA que su comunicación es eficaz respecto a las agencias?

R: Preguntando a la parte interesada. Según una encuesta de satisfacción realizada de forma independiente a las agencias, más de un 90% está totalmente de acuerdo o bastante de acuerdo con que “las informaciones que recibe son precisas y de interés para su negocio y les permite conocer todo lo que Grupo GEA pone a su disposición”, literalmente. Y también midiendo tasas de apertura, lectura, rebote... que es otra forma de preguntar, o al menos de saber, gracias al BIG DATA. Y en función de los datos que obtenemos, vamos perfilando protocolos y actuaciones. La comunicación no es estática, es dinámica, y si no te metes dentro del flujo de información no eres efectivo.

P: Has hablado de canales. En plena etapa de la digitalización, ¿no son todos los canales de comunicación iguales?

R: No, ni mucho menos, ni si quiera parecidos. Que se comparta un objetivo común, “quiero comunicar esto”, no quiere decir que se pueda difundir de la misma forma en todos los canales. En cada canal puedo tener un público diferente al que me tengo que dirigir dependiendo de su perfil. Y eso hace Grupo GEA, enfocarse en los diferentes perfiles de agencias y proveedores para que la comunicación quede enmarcada dentro de cada necesidad identificada. Así optimizamos recursos, atendemos a nuestras asociadas y, sobre todo, respetamos cada canal sin ser invasivos y siempre amparados en la legislación de protección de datos.

P: ¿Cuáles son los canales de comunicación de Grupo GEA?

R: No puedo decírtelo, es secreto de empresa (dice sonriendo). Nuestros canales son los que ya existen. No hemos creado nada nuevo. Bueno, sí: un protocolo fruto de un estudio de marca. Boletines, publinoticias, comunicados internos y externos, servicios de mensajería, espacio de noticias, redes sociales... Nuestros delegados de zona también son otro canal de información, sumamente eficaz, por cierto. Gracias a nuestros proyectos de comunicación y protocolos podemos organizar la información y enviarla de la forma adecuada en cada momento, garantizando la independencia de las asociadas, la cobertura y recepción de contenidos, el respeto por el perfil de cada agencia y sobre todo sin saltarnos las preferencias y condiciones marcadas por la ley. Otro canal de información es el propio equipo humano de GEA: siempre a disposición de las agencias, lo que permite la creación de este Grupo, lo cual al final es otro beneficio más.

P: ¿Podrías dar algún consejo para gestionar la comunicación de una marca?

R: Lo primero, diría que debemos de dejar de entender la comunicación como un juego, como algo que podemos hacer sólo por tener un móvil, porque hayamos salido en la tele o porque tengamos un blog o redes sociales. Lo segundo que aconsejaría es que nos enfoquemos en qué queremos comunicar y, a partir de ahí, enfocarnos en el cómo. Por ejemplo, si queremos dar salida a nuestro producto en las redes sociales, debemos atender al tipo de público y al tipo de formato. Grupo GEA ofrece a sus agencias cartelería y material promocional exclusivo, en diferentes formatos, por la importancia de este motivo: para pantallas de televisión, para Instagram o Facebook, para WhatsApp., porque la comunicación no es la misma aunque se comparta un objetivo. Desde Grupo GEA entendemos que elegir bien el soporte y el segmento es fundamental para tener éxito en la comunicación. Si a esto le sumas que puedes tener tu propio escaparate online de venta, los mejores buscadores y una tecnología que permite automatizar procesos para comunicarte y hacerle el viaje más fácil a tu cliente, estamos en el buen camino. La comunicación de marca pasa por tu reputación respecto a tu cliente, no podemos obviar las experiencias que provocamos en ellos durante todo el ciclo de venta y el propio del viajero, ahí va la tercera parte del consejo.

P: Además de la cartelería, ¿cuáles son esas herramientas que dices que permiten la comunicación con el cliente?

R: Además de la producción audiovisual de GEA TRAVEL MEDIA, Grupo GEA ofrece a sus asociadas grandes herramientas tecnológicas. La app FREE&GO, con la que puedes compartir documentos con tu cliente en tiempo real; el CRM, para poder automatizar procesos y controlar las ventas y no-ventas, así como los gustos del cliente y segmentar según perfiles para hacer campañas. MUNDIGEA ONLINE, los buscadores de Grupo GEA, con los que la agencia será más competitiva gracias a la tecnología de VETURIS y LLEEGO. La funcionalidad de View Travel permite incluir un vídeo en un presupuesto de forma automatizada para potenciar la capacidad de atracción y venta... Si hablamos de cómo comunicar, en nuestro canal de YouTube tenemos una lista de reproducción que recoge información específica sobre estas herramientas. Y no te la deberías perder.

Este es el equipo GEA. Y está a tu disposición.



Sara Fernández Bernabéu
Directora general
de Grupo GEA



Antonio Lara
Dir. de proyectos e
innovación



David Cáceres
Dir. comercial y de
marketing



Delia Rabellini
Jefa de oficina



Cristina Escobar
Departamento comercial



Inés Medina
Administración



Laura Sagastegui
CRM Manager



Jorge Fernández
Web & social manager



Mercedes Barrutia
Comunicación

DELEGACIONES



Enrique Guerrero
Andalucía, Extremadura,
Levante, Ceuta y Melilla



Fernando Bruña
Norte



Jan Pané
Cataluña, Baleares
y Andorra



Sunil Daryanani
Canarias

ASESORÍAS



Marta Cubero
Asesoría Jurídica



José María Cubero
Asesoría Jurídica



Raúl Guijarro
Fiscal- Finantur



Tomás Baños
Informática- Neotecnia

MUNDIGEA
VUELOS



José Ruiz
Responsable consolidador



Olga Ballesteros
Reservas



Paula López
Reservas



Raquel Gutiérrez
Administración



Nieves Durán
Reservas



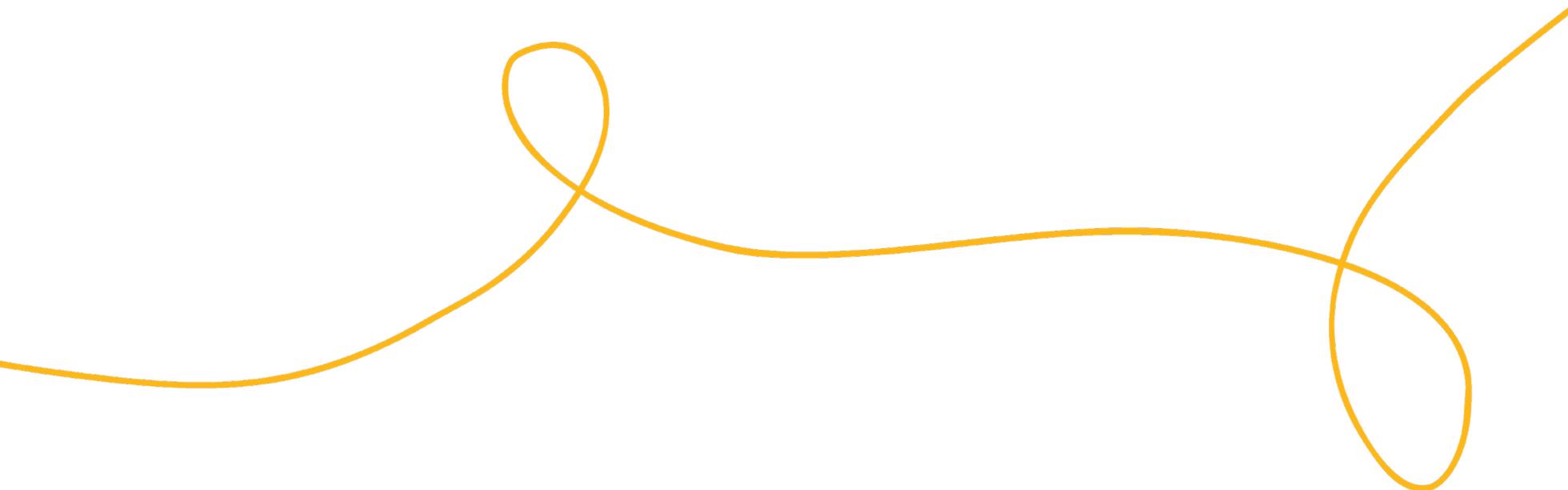
Antonio Martínez
Contabilidad

DESCUBRE ESTE VÍDEO:

Súmate a la fuerza de un gran Grupo

En un minuto: mira todo lo que te muestra Grupo GEA para tu agencia de viajes

Súmate a la fuerza de un gran Grupo es el título de esta nueva promoción que ha publicado Grupo GEA. Un vídeo resumen que recoge todos los beneficios que las agencias de viajes encuentran cuando se asocian al Grupo y que ya puedes ver en los canales de GEA.



En un minuto, “puedes enterarte de que tenemos acuerdos de primer nivel con mejores comisiones y rappes, lo que hará más rentable tu negocio desde el primer día. Con 3 asesorías para tu agencia: jurídica, fiscal e informática. Un consolidador de vuelos con un buscador exclusivo para tu negocio, y la mejor tecnología del mercado”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

Fernández explica que tarda “más en explicarlo con palabras que en ver el vídeo”. Si a lo anterior le sumas “financiación exclusiva para tus clientes, lo que puede acercarte más al cierre de una venta; junto con el material gráfico promocional exclusivo que preparamos para las agencias, la visibilidad de tu negocio será mayor”, aclara la ejecutiva.

Por supuesto, falta “un ingrediente secreto: las personas”, dice la directora de GEA, “como por ejemplo nuestros delegados de zona”, añade. “Si más allá del vídeo atendemos a lo que opinan nuestras agencias y proveedores sobre nosotros, resultados obtenidos en una encuesta realizada de forma independiente al Grupo, se puede comprobar que detrás de estos dibujos que están trabajando hay un equipo humano que hace esto realidad”, explica Fernández.

Desde Grupo GEA dicen que “una vez que hayas visto esto, como dice el dicho, ya no querrás que te lo cuenten”, explica Fernández. “Si además añadimos la posibilidad de bonificar las cuotas a través de las ventas, la formación continuada y la fuerza de un gran Grupo, tu agencia de viajes saldrá fortalecida de asociarte”, cierra la directora general de GEA.





www.grupogea.com
952376655

