



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2022 - NÚM. 11

Del 1 al 30 de noviembre



Sumario

¿Prefieres una cuota gratis o que tu negocio sea rentable?

Que algo sea gratis no quiere decir que sea lo más rentable para tu agencia

GEA recupera al 100% la planificación comercial con los proveedores

El Grupo sigue ofreciendo campañas exclusivas, mayor rentabilidad y financiación

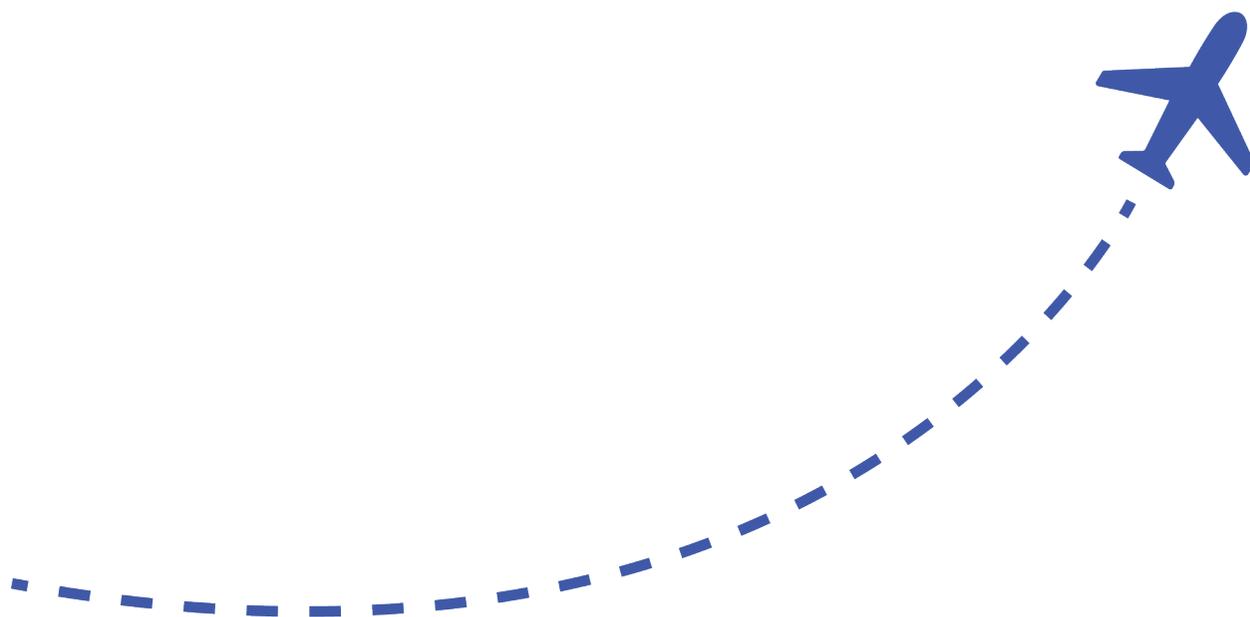
GEA cierra el año “Contigo” en encuentros presenciales

El Grupo sigue ofreciendo campañas exclusivas, mayor rentabilidad y financiación

¿PREFIERES UNA CUOTA GRATIS O QUE TU NEGOCIO SEA RENTABLE?

Que algo sea gratis no quiere decir que sea lo más rentable para tu agencia.

Para Grupo GEA, la rentabilidad de los negocios de sus asociadas es un objetivo. Por este motivo, el Grupo pone a disposición de las agencias varias estrategias para que obtener beneficio económico a lo largo de todo el año sea una realidad. “Disponemos de herramientas comerciales con las que incrementar la rentabilidad y ayudar a garantizar la permanencia de nuestras agencias en el mercado”, explican desde Grupo GEA.



CUOTAS, SÍ; RAPPELES, TAMBIÉN.

Para el grupo de gestión, “que algo sea gratis no quiere decir que sea la opción más rentable”, dice la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández. Teniendo en cuenta que Grupo GEA ya ha garantizado rappelés para sus agencias en 2023, la pregunta surge sola: “¿qué prefieres, una cuota gratis o que tu negocio sea rentable? Es decir, que al final del año tu negocio haya obtenido ganancias, que tu balance sea positivo”, aclara Fernández. Y eso ocurre con el Grupo.

BONIFICACIÓN DE CUOTAS

Grupo GEA despeja dudas: “la transparencia forma parte de los valores de GEA y, en este aspecto, las agencias pagan una cuota, no solo como inversión destinada a herramientas y condiciones, sino también al respaldo de un equipo profesional en constante contacto con cada agencia. Aunque, eso sí, ofrecemos la posibilidad de bonificar sus cuotas a través de las propias ventas de la agencia”, dice Fernández. De hecho, “hace poco anunciamos que el 80% de nuestras asociadas van a bonificar sus cuotas de este último trimestre”, aclara la ejecutiva. Esto, al final, “garantiza una inversión para las asociadas”, añade la directora general de GEA.

Si sumamos la rentabilidad por rappelés a la posible bonificación de cuotas durante casi todo el año, el beneficio se incrementa un poco más.

SERVICIO PROFESIONAL

La cuota de Grupo GEA se trata del reconocimiento de un servicio profesional ofrecido a todas las asociadas en igualdad de condiciones. “En esta etapa que atravesamos, donde todo está centralizado y digitalizado, contar con un equipo de profesionales a tu disposición para aclarar dudas, resolver problemas u obtener asesoramiento particular, es fundamental”, explica Fernández. “Desde nuestro equipo de dirección, de delegaciones o de las asesorías, constantemente se intermedian incidencias que se resuelven de forma favorable ante la agencia de viajes, muchas veces por cuantías mucho mayores de lo que la agencia ha invertido en cuotas”, aclara Fernández.

Grupo GEA, por el precio de la cuota, acompaña a sus agencias con tres asesorías especializadas con amplia trayectoria en el gremio de las agencias de viajes: informática, jurídica y fiscal. Y también ofrece a un equipo humano de delegados de zona, que conocen las características y las particularidades de sus agencias, y que suponen un enlace fundamental entre las asociadas con el resto del Grupo.

En definitiva, para Grupo GEA “todo se resume a que la inversión de la agencia a través de la cuota revierte, no solo en positivo en euros sobre el negocio, sino también en positivo en lo humano sobre el agente”, cierra la directora general del Grupo.

GRUPO GEA RECUPERA AL 100% LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL CON LOS PROVEEDORES

El Grupo sigue ofreciendo campañas exclusivas, mayor rentabilidad y financiación.

Imagina campañas comerciales exclusivas para tu agencia, con mayor rentabilidad, con opciones de financiación para tus clientes.

Ahora imagina que, de cada campaña, dispusieras de material gráfico promocional para tu escaparate y redes sociales. Imagina que tienes cubiertos gran parte de los segmentos de ventas.

Imagina rápeles.

Ahora deja de imaginar: estás en Grupo GEA.

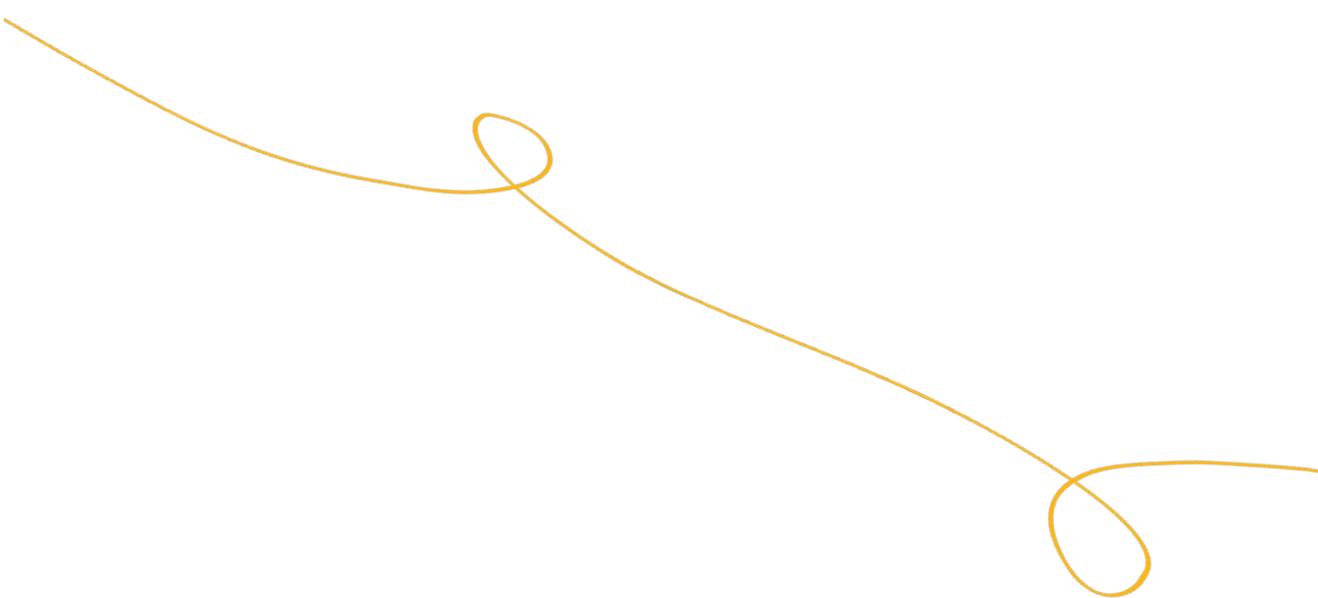
Las campañas comerciales puestas en marcha por Grupo GEA “con un conjunto importante de proveedores, permiten cumplir ese objetivo de recuperación de las ventas. En este sentido, suponen un aporte en rentabilidad y/o competitividad del agente en buena parte de los segmentos de ventas vacacionales: como los destinos del Caribe, los cruceros, las estancias y circuitos, los grandes viajes en general y las lunas de miel en particular o la gestión de grupos estudiantes y adultos para el próximo año”, explica el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

A la rentabilidad exclusiva para agencias GEA de las campañas comerciales del Grupo es necesario sumar otra serie de ventajas. “Todo ello apoyado con material gráfico para el punto de venta, como cartelería adaptada para el escaparate y pantallas de televisión o para las diferentes redes sociales de las asociadas. También el soporte comercial de la financiación por medio de los acuerdos con BBVA o los descuentos por medio exclusivo de pago que es la Tarjeta VISA GEA, también bajo el soporte de esta importante entidad bancaria”, dice Cáceres.

Respecto a las campañas comerciales de Grupo GEA, la recuperación de ventas ha sido una de las claves. “El buen comportamiento de la demanda durante este verano, teniendo en cuenta los años precedentes, nos ha permitido recuperar al 100% la planificación comercial con los proveedores para la recta final de 2022 y la del próximo año”, explica Cáceres. Con ello, desde el Grupo consideran que facilitan que “las agencias puedan comunicar con sus clientes y viajeros la suma de beneficios y valores que pueden añadir comprando anticipadamente tanto a corto plazo, como a más largo plazo; y paulatinamente se puedan recuperar los plazos de anticipación en la reserva previos a 2020”, cuenta el ejecutivo de GEA.

Por otra parte, nada de esto sería posible sin la afianzada relación de confianza que Grupo GEA mantiene con sus proveedores, con quienes, por cierto, ya se alcanzaron objetivos que garantizan rápeles para 2023. “En suma, todo ello supone recuperar la línea de colaboración con los proveedores, un aspecto clave en la comercialización conjunta y cuyo máximo objetivo es el cliente y viajero”, finaliza el director comercial de GEA.





GEA CIERRA EL AÑO “CONTIGO” EN ENCUENTROS PRESENCIALES

El Grupo tiene previstos más de 10 encuentros con sus asociadas en noviembre.

La iniciativa se llama GEA Contigo y consiste en una serie de encuentros locales en los que las agencias asociadas podrán disfrutar de una sesión muy familiar a la vez que profesional. En colaboración con algunos proveedores con los que GEA mantiene una estrecha relación, GEA Contigo pretende ser un espacio de intercambio, formación y contacto directo. “La presencialidad nos mantiene vivos, y en ese sentido es nuestro compromiso mantener el ánimo de todos los integrantes del Grupo”, dicen desde GEA.

GEA Contigo es una propuesta que se ha mantenido en el tiempo tras el levantamiento de las restricciones sanitarias vividas. “Comenzó guardando los dos metros de distancia entre los asistentes, algo por suerte ya superado. Y ahora continuamos con estos eventos porque vemos imprescindible mantener las relaciones presenciales durante todo el año”, dice la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández. “Nuestros delegados de zona son nuestros enlaces en cada sesión, que aprovechan la ocasión para tomar el pulso a la situación de las agencias y para hacer más Grupo”, añade Fernández.

UN PUNTO DE ENCUENTRO Y UNIÓN

Los eventos GEA Contigo “son la solución alternativa al monólogo del proveedor. Se trata de reuniones entre Grupo Gea y un proveedor con un número reducido de agencias asociadas”, dice el delegado de la zona Norte, dice Fernando Bruña. “Lo que se procura es el diálogo y la implementación de soluciones entre ambas partes. En todas las realizadas en mi zona comercial el objetivo se ha conseguido, por lo que mi valoración de este formato es de lo más positiva”, explica el delegado.

Estos eventos de GEA Contigo “son la corroboración del acompañamiento que el Grupo lleva a cabo con sus agencias respecto a servicio, herramientas, y en atención personalizada. Con esta iniciativa se fomentan los encuentros exclusivos de agencias GEA, logrando así una especie de foro donde poner en común todos esos factores del día a día del agente, para su estudio y análisis”, cuenta el delegado de Cataluña, Baleares y Andorra, Jan Pané.

FECHAS EN NOVIEMBRE

Las fechas de GEA Contigo de noviembre cubrirán diferentes zonas representadas por los delegados de Grupo GEA. La Coruña y Vigo, Jaén y Córdoba, Badajoz, Canarias y Baleares tienen ya fecha cerrada. “En un mundo que tiende a la deshumanización, más robotización e inteligencia artificial, es una buena medida que en Grupo GEA también apostemos por el contacto humano”, dice el delegado de Canarias, Sunil Daryanani.

El Grupo seguirá gestionando estos encuentros en otras ciudades en los próximos meses, ya que considera que “más allá de dar a conocer las diferentes acciones que se llevan a término en las áreas en las que trabajamos para nuestras agencias, sirve para tener un encuentro dentro de un ambiente más informal y familiar de cara a un intercambio de información con las asociadas. Lo cual resulta ser siempre muy productivo”, explica el delegado de la zona Sur, Levante, Murcia, Ceuta y Melilla, Enrique Guerrero.

En definitiva, “estos eventos nos sirven para hacer más fuerte ese sentimiento de Grupo, que tan importante es para todos los integrantes que lo forman. Sin personas no somos nada, en Grupo lo somos todo”, finaliza la directora general de GEA.



www.grupogea.com
952376655

