



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2022 - NÚM. 10

Del 1 al 31 de octubre



Sumario

El 80% de las agencias GEA bonificarán cuotas

Esto es un reflejo del buen síntoma de la situación actual de las agencias de viajes

Cómo cubrir todo el ciclo del viajero para mejorar las ventas

El seguimiento personalizado es la clave, pero también la tecnología y el trato humano

Y tú... ¿cómo llevas trabajar con un CRM en tu agencia?

Varias agencias GEA cuentan su opinión sobre estas formaciones personalizadas

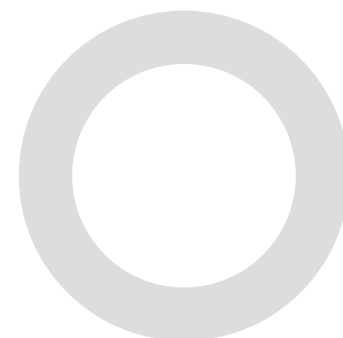
EL 80% DE LAS AGENCIAS GEA BONIFICARÁN SUS CUOTAS

Esto es un reflejo del buen síntoma de la situación actual de las agencias de viajes

Grupo GEA afronta el último trimestre del año con muy buenas noticias para sus asociadas. Por un lado, como avanzaron hace unos días, se han alcanzado objetivos con casi 50 proveedores que garantizan rápeles para 2023. Sumado a esta previsión para el año que viene, más del 80% de las agencias GEA han conseguido bonificar cuotas para este octubre, noviembre y diciembre. “Esto es garantía de una mayor rentabilidad para nuestras agencias para el cierre del año”, dicen desde Grupo GEA.

A primeros de año Grupo GEA anunciaba su tercera campaña de bonificación de cuotas, “con la que las agencias podrían rentabilizar con sus ventas hasta el 100% del importe de su cuota durante casi todo el año”, dice la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández. “Ofrecer ventajas económicas a las agencias es clave para protegerlas y colaborar así a su permanencia y seguridad en el mercado. Esta vía, además, garantiza una inversión para las asociadas que siempre es buena noticia”, añade la directora del Grupo.

Esta noticia es muy bien recibida por las agencias GEA y por el Grupo. “Además de que sea una ventaja para las asociadas, los resultados son fruto de las ventas, por lo que podemos interpretarlo como un buen síntoma de salud de nuestras agencias. Atravesamos momentos de incertidumbre y que más del 80% de las asociadas hayan conseguido bonificaciones sin duda es una inyección de ánimo para todo el Grupo”, asegura Fernández.



Respecto a los rápeles de las ventas de 2022 “ya están garantizados, por lo que sabemos que Grupo GEA ofrecerá incentivos en 2023 con total seguridad”, cuenta Fernández. “Además, las más de 20 agencias incorporadas a lo largo de este año, también se beneficiarán de estas comisiones adicionales”, afirma la ejecutiva del Grupo. Y es que, históricamente, Grupo GEA puede admitir haber repartido una media de 1,6 millones de euros en rápeles entre sus asociadas.

En definitiva, “con la bonificación de cuotas, que supone un ahorro, y con el reparto de las cuantías económicas por rápeles, que siempre son una buena noticia, garantizamos una mayor rentabilidad y protección para nuestras asociadas”, añade la directora general de Grupo GEA.



CÓMO CUBRIR TODO EL CICLO DEL VIAJERO PARA MEJORAR LAS VENTAS

**El seguimiento personalizado es la clave,
pero también la tecnología y el trato humano**



Para cualquier agencia de viajes existen dos ciclos que requieren toda la atención por parte del profesional a la hora de garantizar un viaje.

Por un lado, el ciclo del viajero, que sin duda se encuentra en constante proceso de cambio.

Por otro, el ciclo de venta, que se ha visto modificado por la llegada de los procesos telemáticos. “Para combinar ambos procesos y garantizar el éxito en la venta, lo que supone además fidelizar al cliente para que vuelva, es necesario combinar la tecnología con el factor humano. Y eso es lo que ofrecemos en GEA”, dicen desde el Grupo.

El viaje empieza aquí, en la propia agencia de viajes con el primer contacto. Para ello es necesario realizar “un seguimiento continuado y que no termina hasta que nuestro cliente regresa satisfecho”, dice la Delegada de la Comunidad Valenciana de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), Sheila Quesada, que además es CEO en Sheila Quesada Personal Travel Planner, asociada a Grupo GEA.

La clave para Grupo GEA y con la que coincide la delegada de AEPT es que “el viajero se despreocupa de todo y solo ha de preocuparse de viajar. El lema donde quieras, como quieras y cuando quieras es algo muy importante que da valor a su tiempo, porque ellos dan valor al nuestro confiando cada diseño que lo hace único”, explica Quesada.

Aquí es donde llega la combinación de la tecnología con lo humano, indispensable en estos momentos. “Trabajar con un CRM, programas de organización, es fundamental para poder llevar a cabo los seguimientos y anticiparnos a las necesidades de nuestros viajeros. La tecnología nos facilita el proceso, pero detrás siempre hay cercanía, personas que contactan con el viajero y visitas personalizadas que se adaptan a un viajero”, explica Quesada gracias a su perspectiva de agente de viajes GEA.

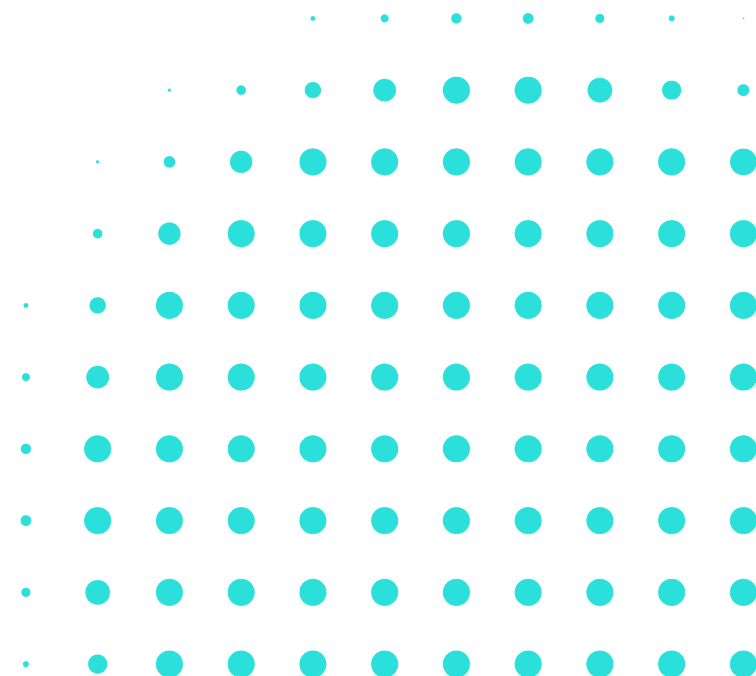
La tecnología ofrece la posibilidad de acortar distancias, reducir y automatizar rutinas para un mayor control y una mayor rentabilidad. Imagina una App que permita el contacto continuado con el cliente, el envío de documentos en tiempo real. O imagina que puedes enviar un presupuesto de forma automatizada con un vídeo del destino con un solo clic. ¿Gestionar las fichas de clientes para ofrecer una atención única? O ser una agencia más competitiva gracias motores de búsqueda innovadores. También es posible con la tecnología GEA.

Esa “cercanía” que “ofrece el Grupo con las herramientas necesarias para estar informado en el momento adecuado es fundamental para dar un valor profesional diferenciado en el mercado. Saber escuchar y atender cualquier sugerencia también está en la línea de GEA y para nosotros es fundamental”, dice la delegada de AEPT.

Y TÚ... ¿CÓMO LLEVAS TRABAJAR CON UN CRM EN TU AGENCIA?

Varias agencias cuentan su opinión sobre estas formaciones personalizadas

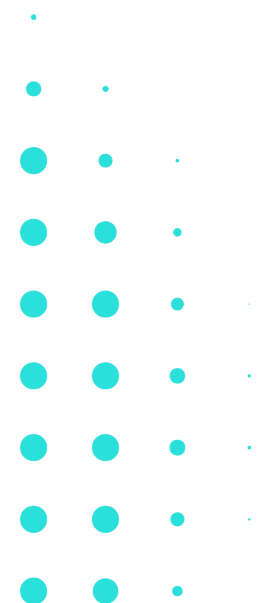
Para resolver esta cuestión, la de evaluar el éxito de la implementación del CRM en las agencias, lo mejor es preguntar a las involucradas. Y eso ha sido lo que ha hecho Grupo GEA: tras organizar varias sesiones formativas con grupo reducidos, para garantizar la cobertura de necesidades particulares, GEA ha recogido varias opiniones de las participantes. La conclusión: “las formaciones continuarán, llevaremos a cabo incluso una cuarta edición porque esto va en aumento. Sobre todo, por el nivel inicial, es más demandado, que nos lleva a acompañar a nuestras asociadas en todo el proceso”, cuentan desde GEA.



Las sesiones formativas personalizadas para la implementación del CRM en las agencias de Grupo GEA comenzaron antes del verano y están siendo un éxito. Así lo expresan las propias participantes y así se refleja en el uso de esta herramienta tecnológica facilitada por Ofimática. “El uso de este servicio de gestión de datos es cada vez mayor entre nuestras asociadas”, cuenta Antonio Lara, director de tecnología e innovación de Grupo GEA. “Estamos brindando un servicio de acompañamiento total a nuestras asociadas, con lo que estamos facilitando que los agentes pierdan el miedo a la herramienta y encuentren tiempo para comenzar a usarla”, añade Lara.

Grupo GEA cuenta con “un equipo humano profesional y altamente especializado en las formaciones. En colaboración con AdLátère y a cargo de Ofimática, ofrecemos una cobertura total a las participantes en dos niveles: por un lado, motivador, respecto a las ventajas, tanto a nivel de rentabilidad como a nivel personal en la gestión de rutinas diarias. Por otro, a nivel tecnológico, gracias a la herramienta más avanzada del mercado y las clases magistrales debidamente enfocadas al agente de viajes”, dice el responsable de Grupo GEA.

Las agencias participantes en estas formaciones se encuentran “muy satisfechas por el apoyo que les damos, por el seguimiento y porque de alguna manera las hemos motivado para dar el salto a una tecnología puntera que les trae mayor beneficio y rendimiento económico y profesional”, explica Lara. “Vamos a poner en marcha nuevas formaciones. En la que estamos llevando a cabo ahora mismo, que es la tercera edición, estamos cerrando talleres con hasta 30 personas. Algunas de la misma agencia, lo que garantiza una mayor explotación del recurso en el mismo negocio”, cierra el responsable de tecnología de GEA.



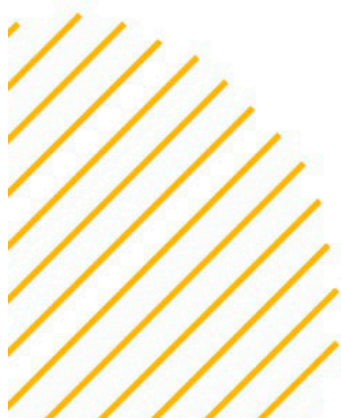
“Sabemos que nos puede ahorrar tiempo y ayudar a guardar datos”

Daniel, Spatravel



“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

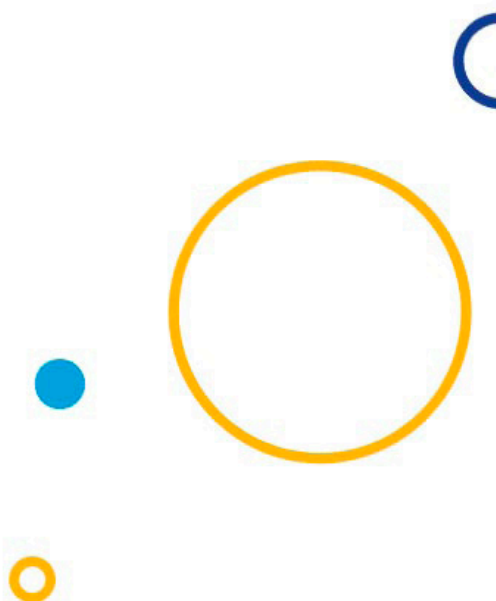


“El CRM nos permite pasar de trabajar de forma individual a forma colectiva. Ganamos mucho en eficiencia”

Viajes Cibeles

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

Juanma, Latitud Sur



“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

“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



“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