



TE1. *Case* de Sucesso: Implementando uma Ferramenta de Self-booking (SBT)

02 de Fevereiro de 2009

Patrocinado por





Integrantes

Moderator

- Annie Morrisey – Atlantica Hotels, Brasil

Painelistas

- Patricia Thomas, Academia de Viagens, Brasil
- Diane Bradley – Tokyo Electron, USA
- Heber Lima – Eurexpress, Brasil



Sessão

- 30 minutos de apresentações (3 X 10 min)
- 30 minutos de Perguntas & Respostas (após concluídas todas as apresentações)
- Conclusão
- Ao final, não deixe de preencher as avaliações



Patricia Thomas

Academia de Viagens Corporativas

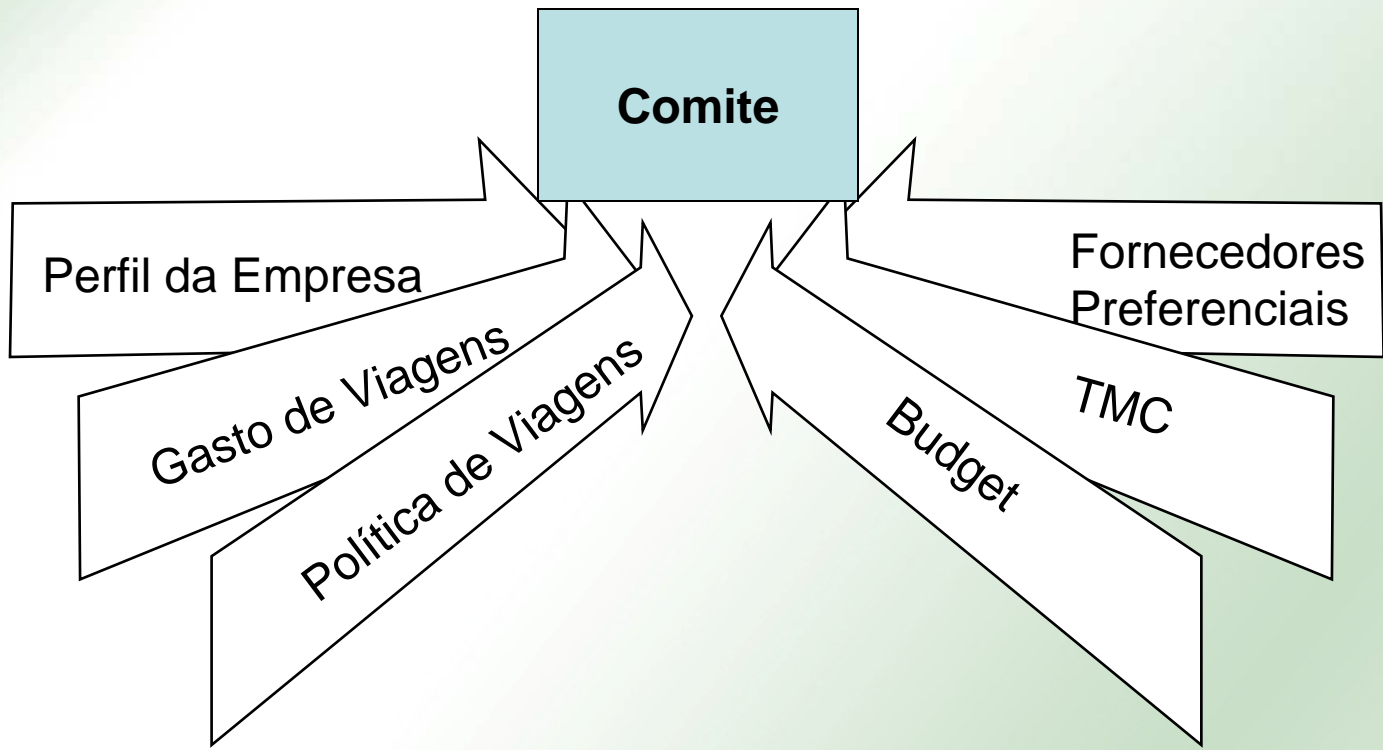
02 de Fevereiro de 2009

Patrocinado por





Premissas



Fases

Tomada de Decisão

- Premissas
- ROI
- Comitê de trabalho
- Metas (Mandatário, % de adoção)
- Plano de comunicação

Resultados

- Redução ATP
- Adequação da taxa de transação
- 100% adesão a política de viagens
- Otimização de fornecedores
- Fácil gerenciamento

Self Booking



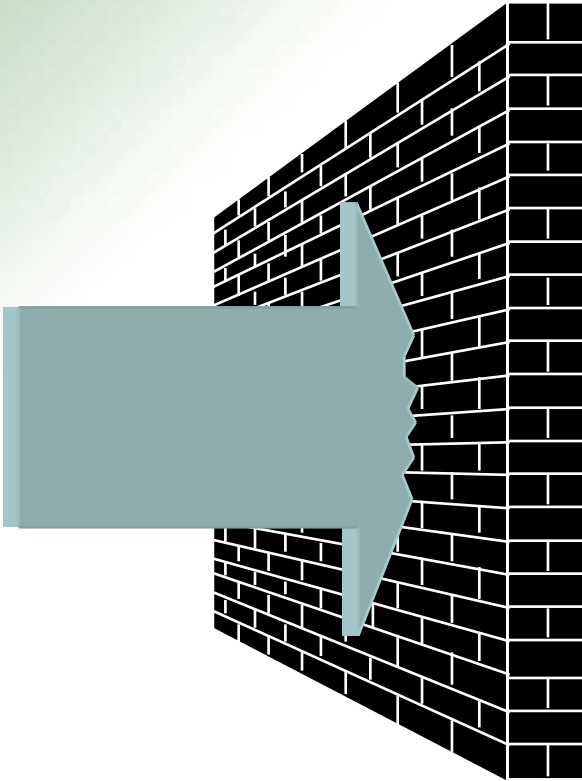
Implementação

- Customização do sistema (usuários, política, acordos, regras, etc)
- Meio de pagamento
- Relatórios
- Definição grupo piloto
- Treinamento (usuários e TMC)

Acompanhamento

- % de adoção
- Acordos comerciais (testes)
- Atualizações no sistema
- Treinamento contínuo (alterações, novos usuários)
- Novo papel TMC

Barreiras



- Conteúdo (aéreo, hotel e locadoras)
- Troca de responsabilidade
- Centralização de pedidos (secretárias)
- Passageiros analógicos x digitais
- Prazos x tempo real x treinamento
- Pedidos offline
- Alterações, cancelamentos, reembolsos

Dicas



- Sessões de dúvidas e sugestões
- Relacionamento fornecedor x cliente x online
- Divulgue metas
- Divulgue resultados
- Email com novidades, novos recursos, etc



Obrigada!

Patricia Thomas

patricia@academiadeviagens.com.br

11 8773.3113



Diane Bradley

Tokyo Electron, USA

February, 2nd 2009

Sponsored by





SBT US Marketplace

❖ US Market SBT penetration

- Maturing market place

❖ SBT Product Evolution

- Technology advancements



Ensure Successful Implementation

❖ **Three Key Drivers**

- Know your audiences
- Communicate
- Celebrate success



Ensure Successful Implementation

❖ **Know your audiences**

- Senior Management – C Level
- Travel Manager
- Travelers and/or Travel Arrangers



Senior Management

❖ Potential Obstacles

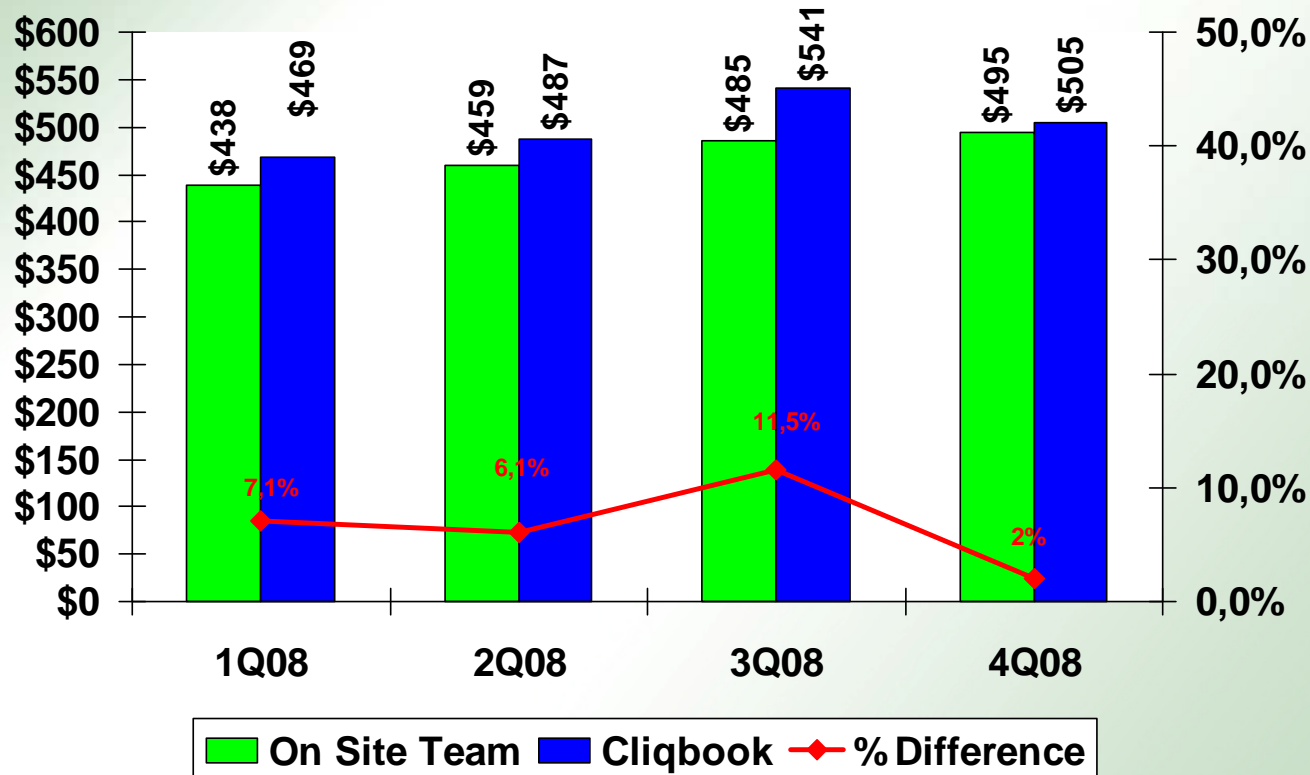
- Culture
- Change
- Cost

❖ Strategies

- Address Key Concerns
- Change Management Campaign
- ROI
 - Set Key Metrics

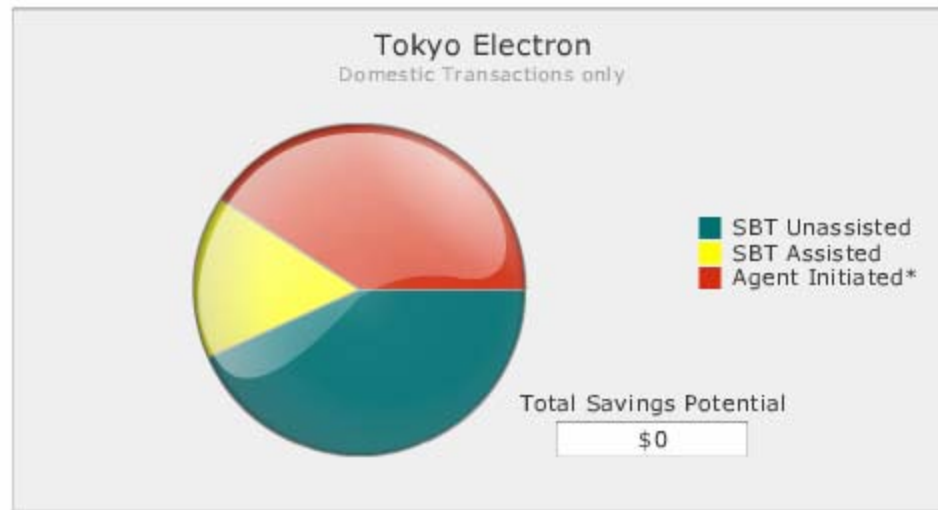
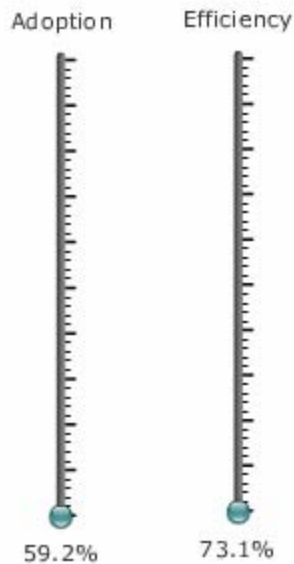


Average Ticket Price



➤ Average Cliqbook savings YTD 6.7% per ticket

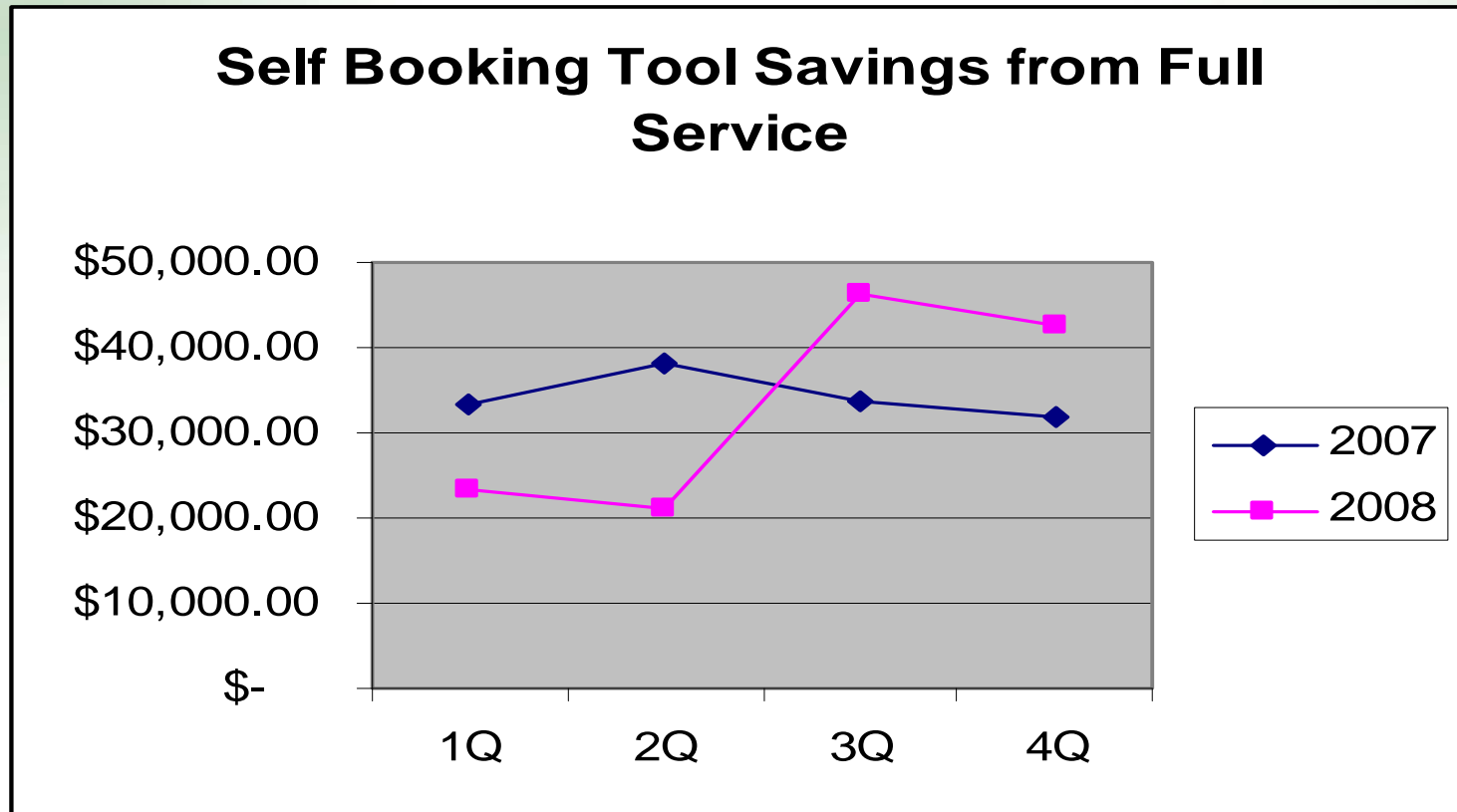
SBT V Full Service Transaction



	Current TRX	TRX Fee	Total Potential Fees	Incremental Savings
SBT Unassisted	2,963	\$13.00	\$38,519	\$0
SBT Assisted	1,090	\$13.00	\$14,170	\$0
Agent Initiated*	2,791	\$30.37	\$84,763	\$0



Self Booking Tool Savings



➤ Total SBT savings 07 \$136,927

➤ Total SBT savings 08 \$133,237



Travel Manager

❖ Potential Obstacles

- Managing the Unknown
- Cost
- Change

❖ Strategies

- Senior Management Support
- Partnership with TMC/SBT
- Realistic Goals
 - Share Key Metrics
- Educate, Communicate Support



Travelers & Travel Arrangers

❖ Potential Obstacles

- Resistance to Change
- Behavior Changes
- Culture

❖ Strategies

- Senior Management Support
- WIIFM
- Address Every Identified Concern
- Engage & Accept

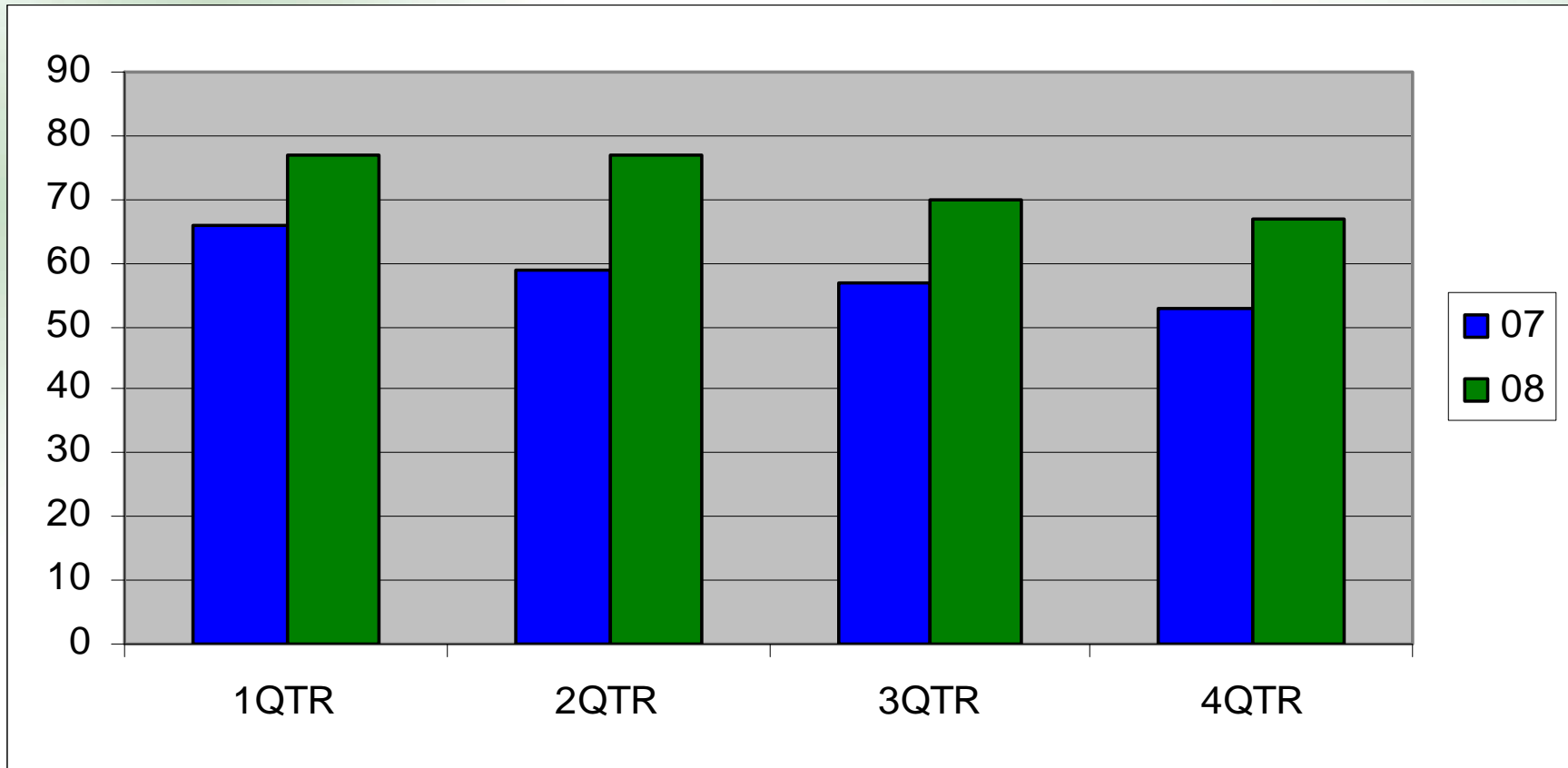


Communicate and Celebrate Success

- Determine Key Metrics
- Document Results in Senior Management Business Reviews
- Set Clear Goals & Celebrate Success



Online Adoption



➤ **Average 07 adoption 59%**

➤ **Average 08 adoption 73%**



Thank You



Heber Lima

Eurexpress, Brasil

**Implementando uma ferramenta
de Self Booking (SBT) em
clientes Governamentais**

Patrocinado por

02.02.2009





O objetivo dessa apresentação é demonstrar como clientes Governamentais estão utilizando o Self Booking Tools, quais são as maiores dificuldades na implantação e os resultados obtidos até agora.



- ❑ O SBT começa a ser utilizado pelo Governo Federal em 2005.

- ❑ Hoje temos mais de 30 clientes Governamentais utilizando o SBT.

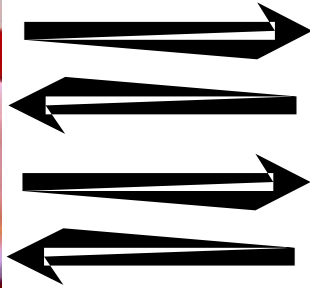


COMO ERA ANTES DO SBT.

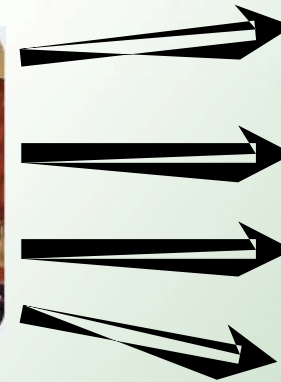
Canais de Distribuição (GDS)



Solicitante / passageiro



Posto de atendimento da Agencia de Viagens/TMC

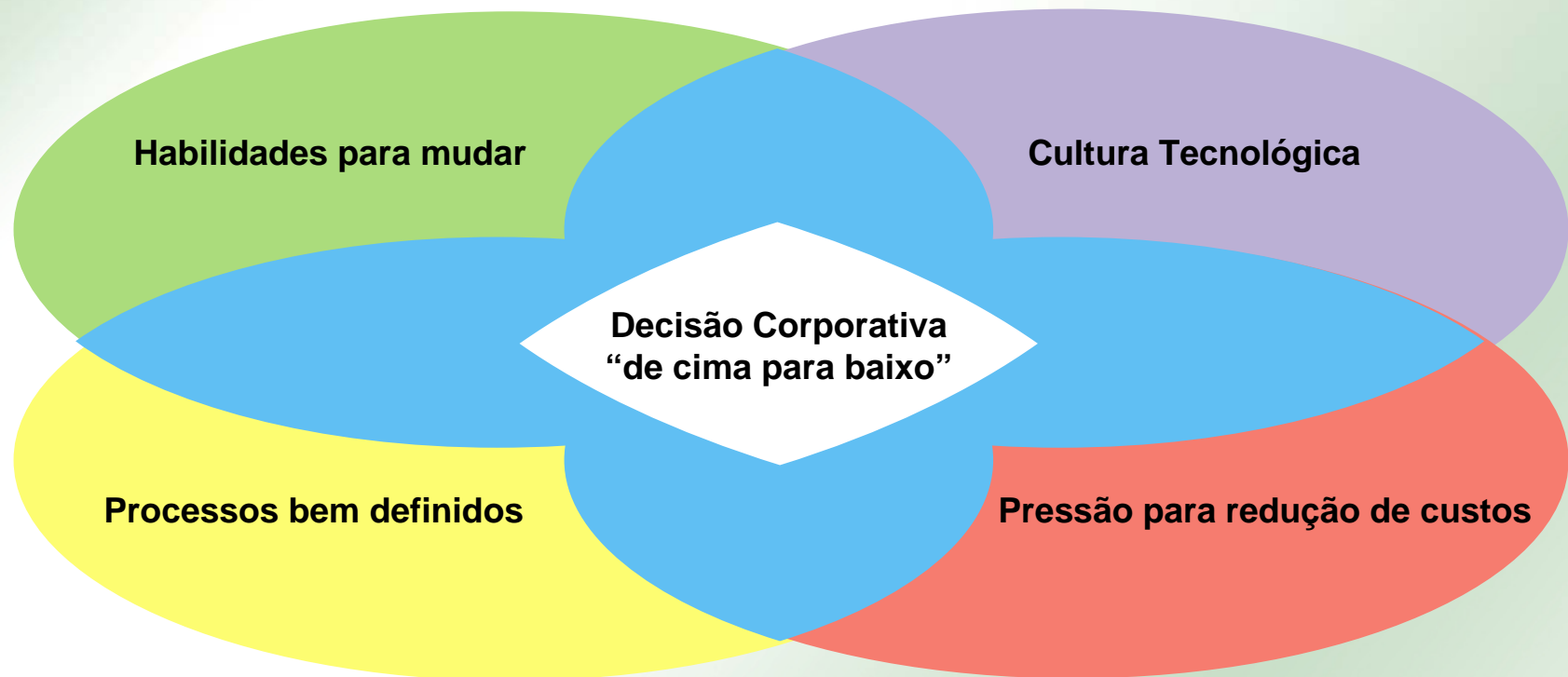


PRINCIPAIS DIFICULDADES NA IMPLANTAÇÃO.

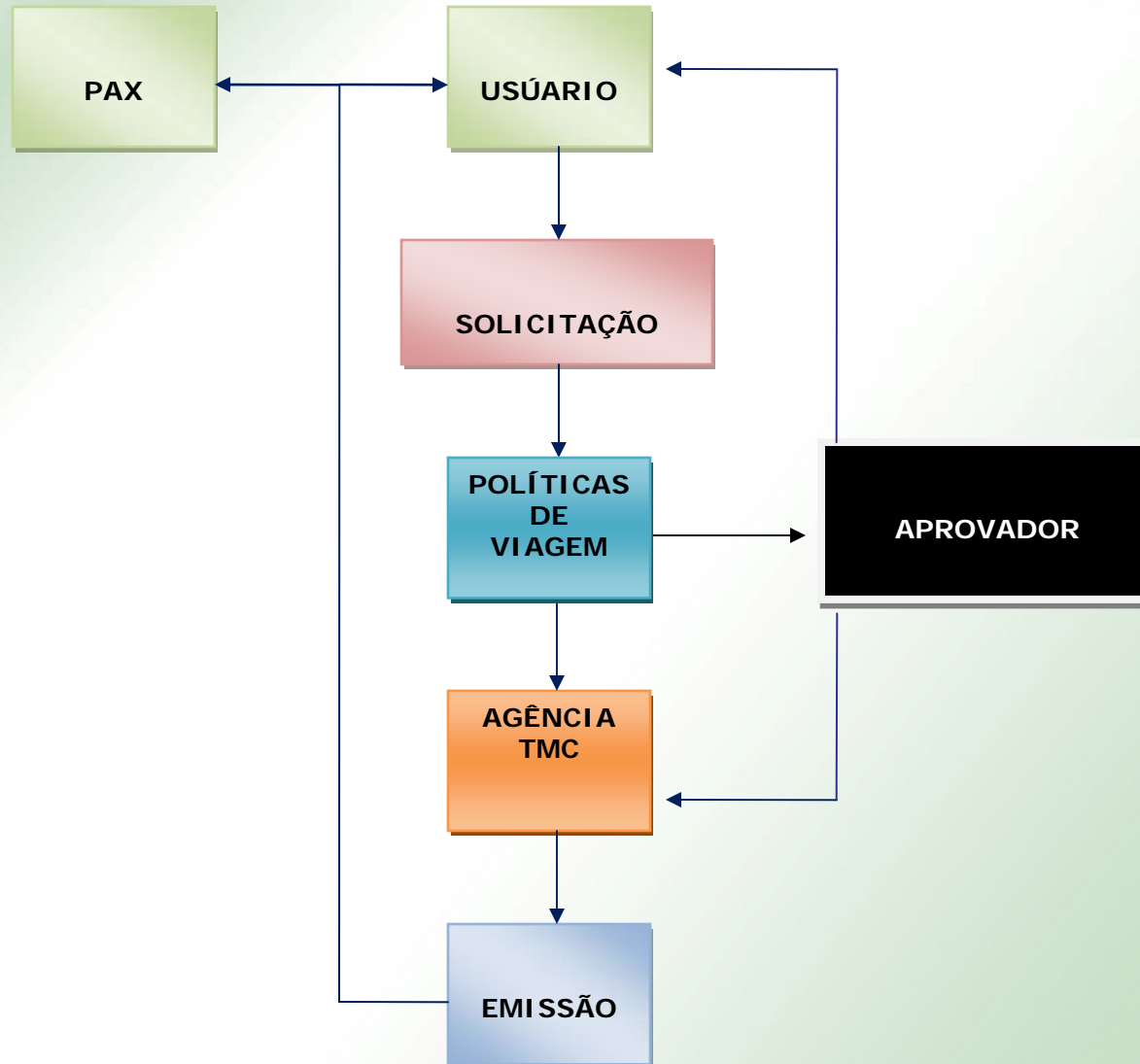
- ✓ **DEMORA NA TOMADA DE DECISÃO.**
- ✓ **ADAPTAÇÃO AS NOVAS MUDANÇAS.**
- ✓ **QUALIDADE DO ACESSO A INTERNET.**



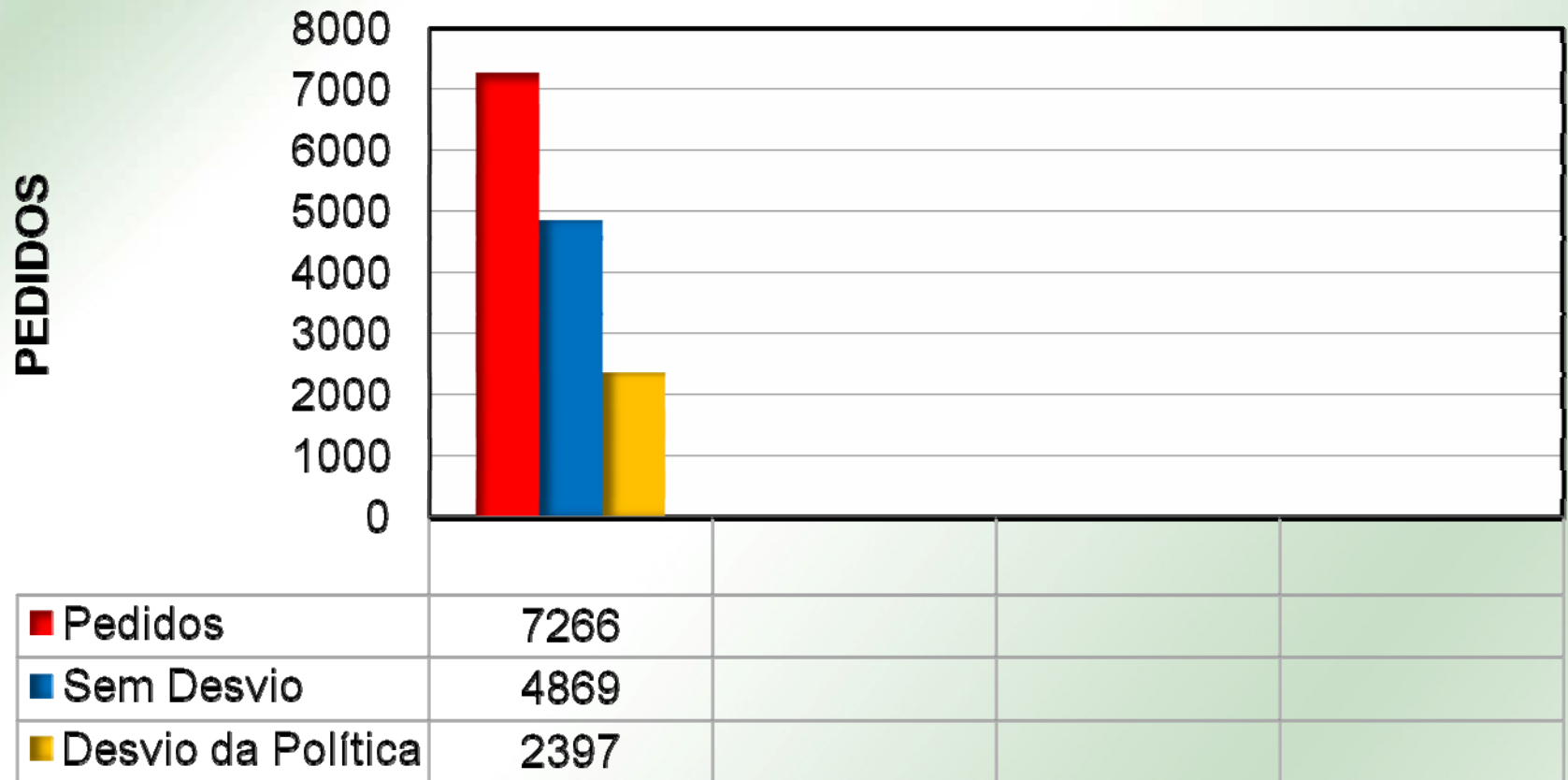
CARACTERÍSTICAS DE CLIENTES GOVERNAMENTAIS COM ALTO GRAU DE ADOÇÃO:



FLUXOGRAMA DE SOLICITAÇÃO, APROVAÇÃO E EMISSÃO.



DESVIO DE POLÍTICA PEDIDO/MÊS





TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA

USÚARIOS ATIVOS = 1.061

PEDIDO POR MÊS = 7.266

SOLICITAÇÃO = 3 minutos

SOLICITAÇÃO/APROVAÇÃO= 4 horas

APROVAÇÃO/EMISSION= 09 minutos





Resultados obtidos um ano depois da implantação no primeiro cliente.

- **47% de economia com despesas de viagens.**
- **Agilidade nos processos.**
- **Descentralização das solicitações.**
- **Gráficos e relatórios gerenciais em tempo real.**
- **Qualidade e transparência nas informações.**
- **Segurança.**



Obrigado!

Heber Lima
Diretor TI
Eurexpress Travel
Diretoria.rinternas@eurexpress.com.br



Perguntas & Respostas

Questions & Answers

OBRIGADO!!!



See you next LACTTE

March 1st to 3rd, 2010