

# Mostrando el valor de su programa de viajes

## *Retorno de inversion*

Tom Wilkinson, President  
TRW Travel Consulting, LLC  
[www.managedtravel.net](http://www.managedtravel.net)

25 February 2009

# Importance of showing your value

## *Importancia de mostrar su valor*

- Global business under pressure
  - revenues, shares down
  - Massive layoffs
- Travel freezes, cutbacks
  - regardless of value
  - short sighted cuts; panic
- Why have Travel Manager?
- Empresas globales tienen grandes presiones
  - bajan los ingresos y ganancias
  - despidos masivos
- Fuertes restricciones de viajes
  - sin importar el valor que están sacrificando.
  - Acciones de pánico a corto plazo
- Comienzan a cuestionar porque se necesita un Travel Manager?
  - o un programa de administración

## Especially - Especialmente

- Up
  - fares, restrictions, delay
  - Fees for baggage, meals, movies, seats
- Down
  - flights, non-stops, food, service
  - Happy Travelers!
- Suben
  - tarifas, restricciones, demoras
  - Cargos por equipaje, comidas, películas, música
  - aun los asientos asignados
- Bajan
  - vuelos directos
  - comida
  - calidad del servicio
  - Viajeros Satisfechos

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Possibly your most important task
  - not just to keep your job
- Execs who understand your job
  - will support your policy
  - easier to reduce costs
- Confusion between travel
  - and travel *management*
- Tal vez su tarea mas importante
  - no solo para proteger su empleo
- Ejecutivos que entiendan su role
  - Cuanto contribuye a los objetivos de la empresa ...
  - Van a apoyar su política del viaje
  - Facilitan llevar a cabo su trabajo
- Hay confusión de conceptos
  - Entre la cantidad de viajes y la administración de un programa de viajes

## Two Kinds of Value Dos tipos del Valor

- Objective
  - quantitative
  - measurable
  - allows comparisons
- Subjective
  - 'understood' value
  - no scientific proof
  - savings vs. cost avoidance
- Objetivo
  - cuantitativo
  - Sujeto a medición
  - Comparable
- Subjetivo
  - Entendimiento del valor
  - Sin prueba científica
  - Ahorros vs. Evitar gastos

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Management reports
  - brief and clear
  - focus on objective value
  - same format & metrics
  - Execs focus on trends
- Ask Execs what they want
  - get TMC help to design
  - keep it updated!
- Reportes Ejecutivos
  - breve y claro
  - enfoque en valor objetivo
  - Formato y métrica consistentes
  - Ejecutivos se enfocan en tendencias
- Pregunta a los ejecutivos que quieren saber y la forma que prefieren
- Haz que tu TMC te ayude.
- Mantén los reportes actualizados

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Perfect ROI report
  - not 'canned'
  - no TMC has it on file
  - its what your execs value
- Don't let it be self service
  - your job depends on this report
  - but don't make the report your job
- Reporte de ROI perfecto
  - no existe en el sistema de ningún TMC
  - depende en lo que los ejecutivos de la empresa les interesa e importa.
- No permitas que el TMC asuma la tarea de crear este reporte
  - Tu empleo depende en el contenido de este reporte
  - Sin embargo, no permitas que la elaboración de este reporte se convierta en tu trabajo entero.

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Perfect Report
  - includes a calculation of ROI
  - but also shows the basis for the savings numbers
  - savings captured by the TMC
- El Reporte Perfecto
  - incluye calculo del ROI
  - pero también las bases de los montos de ahorrados
  - valores capturados por el TMC
  - cuando hace las reservaciones

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Perfect Report
  - Savings from contracts
  - percentage off airfares
  - hotel costs vs. standard
  - car rental vs. standard
- TMC must record these amounts
  - at time of reservation
- El Reporte Perfecto
  - Cuantifica ahorros realizados de contratos
  - % descuento de tarifas aéreas
  - precios de los hoteles reservados
  - comparación con tarifas estándar
- El TMC tiene que capturar estos montos
  - cuando hace las reservaciones
  - de acuerdo con métricos específicos

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Track savings vs. the same metrics over time
  - metric not important
  - if applied consistently
- Report lost savings
  - from policy violations
  - individual exceptions not important here
  - want reductions in lost savings
- Muestra ahorros vs. métricos constantes
  - el métrico específico no importa
  - si lo aplica consistentemente
- Reporte ahorros perdidos
  - de violaciones de su política
  - siempre habrá excepciones en casos específicos
  - lo importante es que el número y costo de las excepciones no crezcan mes tras mes.

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Waivers and favors
- Soft dollars/upgrades
  - real economic value
- Club memberships and Executive status
  - Execs won't question their value
  - leverage your relationships in the industry
- Incluye los beneficios gratis que se obtiene por tener un programa de administración de viaje
  - el valor que obtiene por conocer gente en la industria
  - y ser un cliente comercial
  - Ascensos en vuelos y hoteles
  - membresías en los Clubes de estatus preferencial.

## Defining ROI Retorno de inversion

Actual savings from discounts	Ahorros reales
+	+
Savings – Cost avoidance	Ahorros (gastos evitados)
–	–
Costs (allocated salary)	Costos por manejo del programa (incluyendo salario)
÷	÷
Total (allocated) Program Costs	Presupuesto para la administración del programa

## Calculating Annual ROI

### Ejemplo

• Ahorros actuales +	10,000	
• Gastos evitados –	+ 5,000	
Gastos del programa	<u>– 5,000</u>	
ex. 50% de 10,000		• 10,000 (ahorros net)
÷		÷
• Gastos del programa	<u>5,000</u>	
=Retorno de inversion	= 2.00	= 200% ROI

## Communicating Value Comunicando el Valor

- Important that the entire company recognize your value and importance
  - respect your policies
  - use your deals
- Communicate to all
  - web site, email blasts
  - publicize deals and savings
- Overcome natural resistance
  - nobody likes to be managed
- Es importante que la empresa entera reconozca su valor
  - para que los viajeros respetan su política de viaje
  - Aprovechan los contratos de descuento
  - Pueda obtener mas ahorros
- Use sitio de web interno (intranet)
  - mande e-mail para informar a la empresa de descuentos negociados
- Domine a la resistencia natural
  - Nadie le gusta estar controlado