

L'approche sur mesure des services aux voyageurs, source d'économies pour les entreprises

La dernière étude de CWT montre les arbitrages effectués par les entreprises dans quatre domaines : réservation en ligne, configuration du service, services aux voyageurs et gestion des dépenses

PARIS, 30 JUIN 2011 — Carlson Wagonlit Travel, un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires, vient de publier le dernier rapport approfondi de son département de recherche, le CWT Travel Management Institute. À partir d'enquêtes réalisées auprès de gestionnaires de voyages, de voyageurs et d'organisateur de voyages, et après analyse des transactions de clients de CWT, le rapport *Services aux voyageurs d'affaires : Trouver la bonne solution* souligne combien il est important que les services aux voyageurs respectent le contexte spécifique de chaque entreprise. Cette approche sur mesure peut aider les entreprises à réduire leurs dépenses de voyage et à mieux appréhender les besoins des voyageurs.

L'étude de CWT propose un regard neuf à partir d'analyses de données et d'études de cas accessibles aux gestionnaires de voyages pour les guider dans quatre domaines principaux :

- **Les avantages des outils de réservation en ligne lorsque leur mise en œuvre est adaptée à l'entreprise.** Par exemple, les gestionnaires de voyages interrogés estiment que les billets sont en moyenne 7 % moins chers en cas de réservation en ligne. Néanmoins, les entreprises doivent prendre en compte la part des voyages qui sont mieux gérés avec l'assistance d'un agent de voyages : la réservation en ligne est moins efficace et plus coûteuse lorsque les transactions impliquent des requêtes ou des erreurs impossibles à traiter de manière automatique.
- **Les entreprises doivent trouver le bon équilibre entre les économies et les besoins des voyageurs au moment de choisir une configuration de service.** Les principales configurations disponibles (service sur site, service complet, centres de services standardisés et multinationaux) sont adaptées à des priorités différentes. Lors du passage d'une configuration à une autre, les gestionnaires de voyages doivent tenir compte de critères allant de la capacité à accéder à un contenu et une assistance locale à la capacité de leur entreprise à gérer le changement. Le retour d'expérience montre que toutes les configurations affichent un niveau de satisfaction comparable lorsqu'elles sont correctement mises en œuvre. Les économies réalisables par les entreprises qui changent de configuration de service varient en fonction de la configuration d'origine et peuvent atteindre 20 % des coûts opérationnels.
- **Les services peuvent améliorer l'expérience des voyageurs, avec à la clé plus de bien-être et de productivité.** Le rapport de CWT examine les avantages de sept services et la manière dont les entreprises les exploitent : portails en ligne dédiés aux voyageurs, outils de gestion des profils de voyageurs, services mobiles, services d'assistance et d'urgence, médias sociaux, services VIP et services de gestion des billets non utilisés. A titre d'illustration, 54 % des gestionnaires de voyages ne savent pas si leurs voyageurs utilisent les médias sociaux. En réalité, dans certaines entreprises les voyageurs les utilisent peu alors que, dans d'autres, ils en font un usage intensif en voyage d'affaires.

- **Une meilleure gestion des notes de frais peut entraîner des économies considérables, tout en renforçant le respect de la politique voyages et la lutte contre la fraude.** À l'heure où les spécialistes de la gestion des notes de frais sont de plus en plus nombreux à proposer des solutions intégrées (avec outil de réservation en ligne ou système de carte de paiement, par exemple), 47 % des gestionnaires de voyages interrogés estiment que les agences de voyages doivent inclure ce domaine dans leur offre.

À propos de cette enquête, Christophe Renard, Vice President, Corporate Marketing & Business Intelligence, a déclaré : « L'offre proposée aux gestionnaires de voyages en termes de services aux voyageurs est très étoffée. La meilleure solution pour leur entreprise n'est peut-être pas la plus évidente de prime abord. L'énorme volume de données analysé par notre équipe, ainsi que les recherches intensives effectuées, nous permettent de partager des informations très utiles avec nos clients. Je suis convaincu que cette étude sera profitable à tous nos clients du monde entier. »

Vous pouvez télécharger le rapport complet *Services aux voyageurs d'affaires : Trouver la bonne solution*, publié par le CWT Travel Management Institute, sur le site www.carlsonwagonlit.com.

Étude approfondie globale

CWT a fait appel à diverses techniques de recherche pour cette étude mondiale réalisée de septembre 2010 à avril 2011, notamment : des enquêtes détaillées auprès de 2 439 voyageurs et organisateurs de voyages et 204 gestionnaires de voyages de 15 entreprises à travers le monde, l'analyse des données de transaction de 474 clients globaux, régionaux et locaux, des études de cas sur 6 entreprises globales et des entretiens avec plus de 40 experts du secteur.

CWT Travel Management Institute

Le CWT Travel Management Institute mène une recherche approfondie sur la gestion efficace des voyages d'affaires pour aider les clients du monde entier à dégager plus de valeur de leur programme voyages. Pour plus d'informations sur le CWT Travel Management Institute, visitez la page www.carlsonwagonlit.com/en/global/tmi/.

À propos de Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires. Présent dans plus de 150 pays, CWT sert les entreprises de toutes tailles ainsi que les administrations et les organisations non gouvernementales. En s'appuyant sur l'expertise de ses équipes et des technologies de pointe, CWT aide ses clients à dégager une meilleure valeur de leur programme de voyages en termes d'économies, de service, de sécurité et de développement durable. L'entreprise fournit également service et assistance de qualité à leurs voyageurs. Les services et solutions de CWT sont organisés en cinq lignes : Services aux voyageurs et gestion des transactions, Optimisation de programme, Sécurité, Réunions et événements et Secteur Energie.

En 2010, son volume d'affaires a atteint 24,3 milliards de dollars US pour ses filiales à 100 % et ses joint-ventures.

Carlson Wagonlit Travel apporte son soutien à l'initiative de santé mondiale baptisée MASSIVEGOOD, qui permet aux voyageurs d'effectuer une « micro-contribution » lorsqu'ils achètent des services de voyage.

Pour plus d'informations, visitez notre site web global : www.carlsonwagonlit.com. Retrouvez-nous sur Twitter @CarlsonWagonlit.

Contacts Carlson Wagonlit Travel :

Tom X. Scott

Directeur principal des relations publiques
Carlson Wagonlit Travel
Téléphone : +33 (0)1 41 33 67 57
Mobile : +33 (0)6 04 51 90 14

Camille Benguigui

Une Affaire de Presse...
+33 (0)6 71 87 57 30
camille@uneaffairedepresse.com

