

*sólo*agentes

Edición agosto 2023

EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES



Time to Relax

Contenidos

eMagazine especial
Agosto 2023



04

Entrevista Mauricio
con Travelplan



08

Entrevista Hoteles
Paradisus en Riviera
Maya



12

¿Se puede desconectar
en Vacaciones, siendo
Agente de Viajes?



26

12 Beneficios de
contratar con una
Agencia de Viajes



30

Meliá Orlando
Celebration: Entrevista
con Luis Moreau



32

El cliente siempre
tiene la razón...
y una leche !!!



16

Cómo vender un
“HUEVO” en tu
Agencia de Viajes



19

Noticias del sector
turístico para Agencias
de Viajes



24

Entrevista Especial
Otoño con Catai



34

Cómo vender viajes en
LinkedIn | Guía para
exprimir la red



40

La lucha está fuera de
tu Agencia de Viajes



44

El otro Virus que
amenaza tu Agencia
de Viajes

Mauritius



Descubre cómo vender más a Isla Mauricio con Travelplan

Descubre los secretos de este destino paradisíaco de la mano de Mar Sánchez, representante de la oficina de turismo de Mauricio, y Pura Sevilla, Brand Manager de Jolidey & Travelplan.

Hoy hablamos de Isla Mauricio, y para ello tenemos dos invitadas de lujo que nos van a contar todo acerca de este fantástico destino y también de la oferta que tenemos actualmente con salida desde España.

Por una parte, contamos con **Mar Sánchez, representante de la oficina de turismo de Isla Mauricio** para España y Portugal. Mar, buenos días, un placer tenerte en el programa.

Buenos días a todos.

Y también contamos con la presencia de una gran conocida y colaboradora de este programa, **Pura Sevilla, Brand Manager de Jolidey & Travelplan**.

Pura, muy buenos días y gracias por estar nuevamente en el programa.

Buenos días. Es un placer estar una vez más con todos vosotros, con soloagentes.com y además acercando este fascinante y paradisíaco destino que es Mauricio.

Mar, nadie mejor que tú para definirnos qué es Mauricio.

Mark Twain la definió en una frase: "Dios creó Isla Mauricio y después el cielo, y el cielo se copió de Isla Mauricio".

Mauricio es un país virgen y sorprendente, un paraíso repleto de cascadas, lagunas, aguas de zafiro y exuberantes bosques tropicales.



Su magnífica hotelería es sobradamente conocida. Es un destino maravilloso para todos: parejas, familias con niños... y también es un destino MICE.

También es un destino para quién le gusta la práctica de los deportes náuticos, el submarinismo, la pesca de altura, sin olvidar a los golfistas, porque allí se encuentran algunos de los mejores campos de golf del mundo.

En definitiva, es un país hospitalario, conocido como la sonrisa del Índico, además de uno de los países más seguros del mundo.

Gracias, Mar. ¿Para qué tipo de cliente recomendarías Mauricio?

En Mauricio podemos encontrar una hotelería muy variada y de gran calidad, siempre con un servicio exquisito.

Hay precios para todos los bolsillos y para todo tipo de clientes, y

la relación calidad-precio es incomparable.

Aparte de sus magníficos resorts situados en las mejores zonas de playas, donde se puede degustar una deliciosa gastronomía o relajarse, es un destino que merece la pena visitar.

Es un país seguro y paseando por las calles de Port Louis, su capital, vamos a descubrir esa mezcla de razas y culturas única en el mundo.

En sus calles se suceden templos tamiles, pagodas, mezquitas, iglesias católicas, anglicanas; esta mezcla de razas y culturas también es un reflejo de su gastronomía: la auténtica comida fusión.

Por último, Mar, quizás todos vinculamos Mauricio con un destino de relax, de sol y playa, pero ¿Qué otras cosas puedes contarnos acerca del destino?

Mauricio no es solo un destino de sol y de playa y con un clima suave a lo largo de todo el año.

Es un destino para perderse en lugares como su Jardín Botánico, uno de los más bellos del mundo, o en su mercado central en Port Louis. El Champ de Mars es la pista de carreras de caballos pura sangre más antigua del hemisferio sur.

Sus casas coloniales, en las que se puede degustar la auténtica comida criolla, sus reservas naturales con una flora excepcional y aves endémicas, la tierra de los siete colores el Châmarel.





« También podemos visitar el lago sagrado de Gran Bassin, el lago sagrado para los hindúes.

No quiero olvidarme de los dos lugares declarados patrimonio de la humanidad por la UNESCO: Le Morne, refugio de esclavos que huían de las plantaciones de caña de azúcar.

Y también Aapravasi Ghat, el símbolo de la identidad mauriciana y lugar donde comenzó la diáspora moderna de los trabajadores contratados.

Hay muchas experiencias únicas que recomiendo no perderse: desde los cruceros en catamarán, nadar con delfines, avistar ballenas...

Para los amantes de las emociones fuertes, pueden sentirse como un pájaro practicando parasailing, pasear con leones en Cásela o experimentar algunas de las tirolinas cruzando cañones, disfrutando de espectaculares vistas y una vegetación exuberante.

Bueno, también tenemos esas espectaculares vistas, por ejemplo, a bordo de un helicóptero desde el que podremos ver la isla a vista de pájaro y también la famosa cascada submarina en Le Morne, uno de los fenómenos más espectaculares del mundo.

Otro de los puntos fuertes de Mauricio es su arrecife de coral, donde las inmersiones son muy tranquilas y sus aguas extremadamente claras.

Mar, muchísimas gracias por todo lo que nos has contado. Muchísimas gracias por contar con nosotros.

Pura, ¿Nos podrías contar ahora por qué deberían ofrecer los agentes viajar a Mauricio con Travelplan?

Travelplan, como operador generalista de grupo Ávoris, llevamos en exclusiva con nuestra compañía Iberojet, por segundo año consecutivo, la operación todos los jueves en vuelo directo desde Madrid a Mauricio.

El vuelo comenzó el 15 de junio y lo vamos a programar hasta finales de septiembre.

Son unas 11-12 horas de vuelo, todos los jueves en exclusiva para todo el mercado español y portugués.

Además, también estamos operando Mauricio en línea regular tanto desde Madrid como desde Barcelona todo el año.

Me gusta recordar que nuestra operación coincide con el invierno mauriciano, que es nuestro verano aquí, pero que nadie se alarme porque en el destino tienen un invierno muy suave, con temperaturas entre 25 y 28 grados de media.

Además, el operar todo el año la operación más potente con el vuelo de Iberojet nos permite alcanzar un volumen muy importante lo que hace que nuestra relación calidad-precio y los precios que conseguimos sean realmente muy potentes e interesantes.

Una de las particularidades es que para toda esta operación tenemos personal propio en el destino, lo cual nos avala y nos brinda una garantía en todos los servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

También me gustaría mencionar que en Travelplan contamos con un departamento especializado en grupos, especialmente en MICE, para todo el tema de incentivos.

Este destino y la calidad del servicio que se puede encontrar allí son ideales para este tipo de viajes.

Muchísimas gracias, Pura. ¿Qué destacarías del producto que ofrece Travelplan para el destino Mauricio?

El destino en sí es un verdadero paraíso idílico y paradisíaco, y tiene una serie de puntos muy importantes.

Cuando nos dirigimos a nuestros agentes de viajes, la garantía de éxito es muy alta.

Mauricio tiene la particularidad de contar con una calidad hotelera excepcional, y disponemos de todo tipo de categorías repartidas por toda la isla, desde hoteles de cuatro estrellas hasta hoteles de lujo de cinco estrellas.

Otro aspecto destacable es el nivel y la calidad del servicio. En nuestros viajes allí, nuestros clientes han experimentado un nivel de satisfacción increíble.

Tanto el personal de los hoteles como los guías y, en general, toda la población mauriciana, se destacan por su amabilidad y hospitalidad.

Además, la gastronomía del país es muy considerada y de alta calidad.

Tanto en las comidas y cenas en los hoteles como en los restaurantes locales, se puede disfrutar de una deliciosa comida, desde platos internacionales hasta especialidades criollas.

Creo que es un destino que, además de su belleza, ofrece un servicio de atención al cliente de primera categoría.

Por último, Pura, ¿qué consejos nos podrías dar para vender Mauricio en función de la tipología del cliente al que deseemos venderle?

Bueno, el destino se adapta a cualquier tipo de cliente. Si pensamos que está enfocado únicamente a recién casados en su luna de miel, es un error.

Mauricio es un destino que se presta a viajes para familias, jóvenes, adultos solteros, grupos e incentivos. Realmente es apto para todos los públicos.

En Mauricio, tanto la parte norte como el recorrido hasta el sur son tan hermosos que creo que el mejor consejo que puedo dar es que se viva la experiencia.

Encontraremos naturaleza, cultura y creo que nadie puede perderse una visita a la capital, Port Louis, ni la famosa montaña patrimonio de la humanidad, Le Morne.

Además, las playas como Belmar son impresionantes, y adentrarse en la ruta del té en la zona de Châmarel, llena de cascadas, es algo único.

También se puede disfrutar del mar con todo tipo de actividades, como paseos en velero, catamaranes

o buceo. Creo que está dirigido absolutamente a todos los públicos, y simplemente disfrutar de los paisajes de gran belleza.

En resumen, creo que es un destino idílico y único, y estamos muy contentos con el comportamiento del destino en Travelplan.

Estamos aquí para ayudar en todo lo que necesitéis y vender mucho Mauricio.

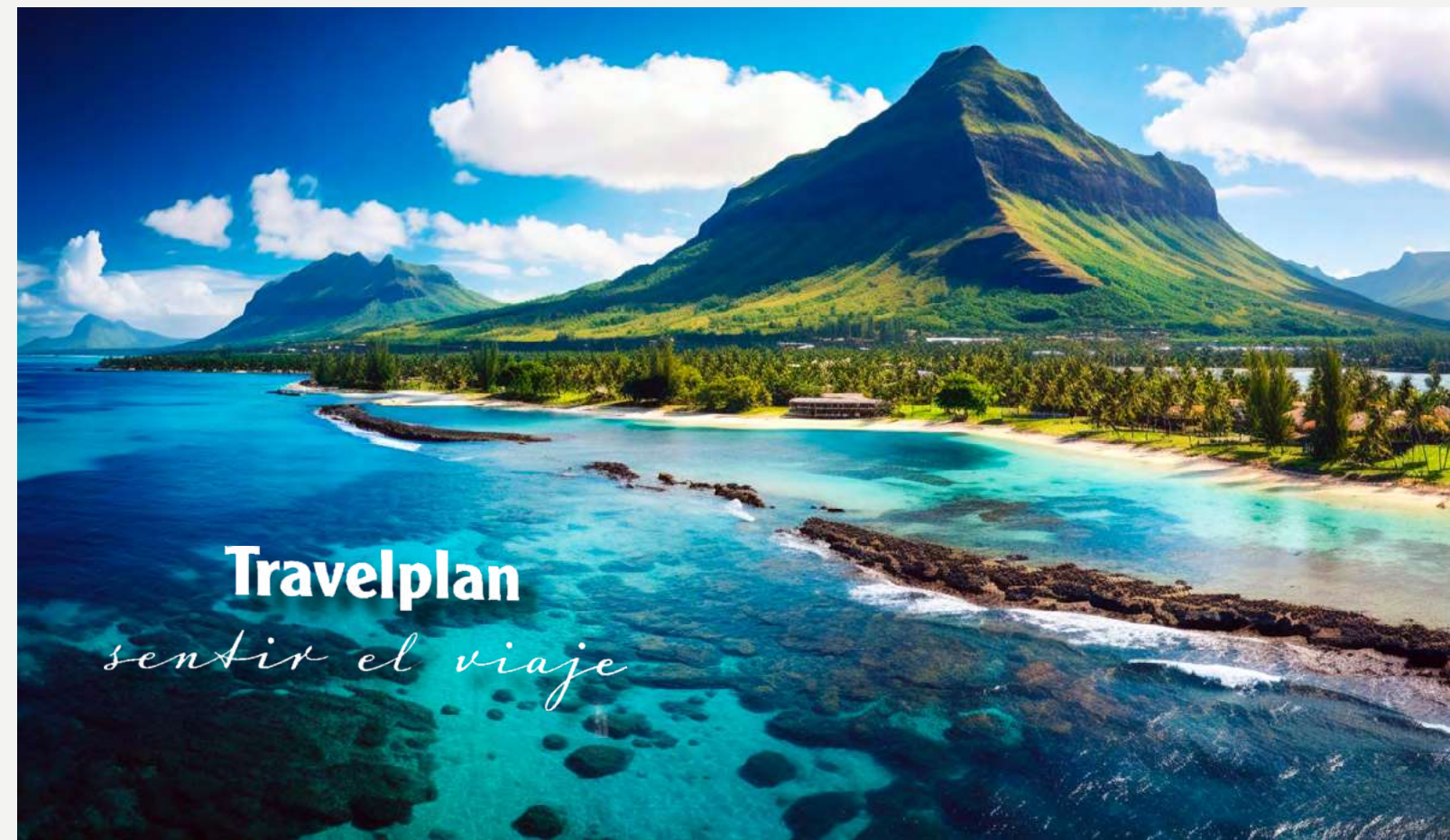
Pura, ha sido como siempre un placer tenerte con nosotros.

Muchísimas gracias por todo lo que nos has contado.

Muchísimas gracias. Quiero agradecer, ante todo, a Mar, de la oficina de turismo de Mauricio, todo el apoyo que nos ha brindado en la promoción y acercamiento de este destino espectacular.

Estamos realmente muy contentos con el comportamiento del destino.

Daros las gracias a todos. En Travelplan estamos para todo lo que necesitéis y, bueno, ¡A vender muchísimo Mauricio!





PARADISUS

BY MELIÁ



Nawel
Bouteraa

Ejecutiva de Ventas en
Paradisus by Meliá en Riviera Maya (México)

Descubre los impresionantes **Hoteles Paradisus Cancún, Paradisus Playa del Carmen y Paradisus La Perla en Riviera Maya**, de la mano de Nawel Bouteraa, ejecutiva de ventas de Paradisus en México.

Hoy Meliá nos muestra sus hoteles Paradisus en México y para hablarnos de estos alojamientos contamos con Nawel Bouteraa, ejecutiva de ventas de Paradisus en México. Nawel, buenos días. Un placer tenerte en el programa.

Buenos días y muchas gracias.

¿De qué alojamientos nos vas a hablar hoy Nawel?

El día de hoy hablaremos de las tres propiedades Paradisus en el Caribe Mexicano: Paradisus Cancún, Paradisus Playa del Carmen y Paradisus La Perla.

Nawel, ¿qué nos puedes contar acerca del complejo Paradisus Cancún?

A sólo 20 minutos del Aeropuerto Internacional de Cancún, tenemos nuestra propiedad Paradisus Cancún, que está ubicada en la zona hotelera.

Paradisus Cancún ofrece habitaciones y experiencias para los huéspedes que buscan la vista al mar.

Entonces, ofrecemos habitaciones con vista al mar, y también tenemos la ubicación que ofrece vista a la laguna, que es una buena opción para huéspedes que buscan servicios de lujo.

Recordamos que la cadena Paradisus es un servicio de cinco estrellas, por lo que es apto para todos los huéspedes que buscan este nivel de lujo. También es adecuado para familias y adultos.

Fantástico, Nawel. ¿Y qué nos puedes decir acerca de Paradisus Playa del Carmen?

Es un hotel para todos, básicamente enfocado en la familia. ¿Por qué? Porque ofrecemos diferentes atracciones no solo para los adultos sino también para los más pequeños.

Contamos con un Kids Club, un espacio donde con el equipo de entretenimiento ofrecemos diferentes actividades, tanto dentro del Kids Club como al aire libre en la playa o en la alberca.

Además, tenemos un Wonder Park que fue diseñado en 2019 con sus 5 toboganes, una opción óptima para los pequeños y también para los adultos.

Gracias, Nawel. Nos gustaría que nos dieras un poco más de información sobre qué podemos encontrar en el complejo Paradisus La Perla.

Es una joya en el destino de Playa del Carmen, un hotel de cinco estrellas enfocado principalmente en adultos.

Es apto para aquellos huéspedes que viajan para celebrar su luna de miel, para huéspedes solteros o para una despedida de solteros.

Nuestro enfoque también está en bodas o en grupos, por lo que Paradisus La Perla ofrece no solo ofrece servicios, sino también programas y actividades enfocadas al público adulto.

Dentro del hotel, a nivel de restaurantes, tenemos opciones exclusivamente para adultos al lado de La Perla.

Además, nuestras suites son una muy buena opción para aquellos huéspedes que no quieren dejar de disfrutar de la alberca, ya que están conectadas a través de la terraza

con una escalera a su habitación, lo que resulta muy conveniente para quienes buscan confort.

Por último, Nawel, ¿nos podrías comentar en qué consiste el servicio Destination Inclusive?

Bueno, ahora hablando del Destination Inclusive, le voy a comentar que Paradisus, como marca de lujo, implementa diferentes enfoques en cada destino.

Aquí en la Riviera Maya, tenemos nuestro Destination Inclusive, que se trata de una actividad exclusivamente para los huéspedes The Reserve, los adultos The Reserve, o también para nuestros huéspedes Nikté.

Esta experiencia combina el lujo del hotel con la salida para descubrir nuestro destino Maya. Consiste en una actividad en un cenote, esas cuevas con agua que son características de la Riviera Maya y que son consideradas lugares sagrados por la historia Maya.

Antes de entrar al cenote, hay una bendición en una ceremonia a través de un chamán para pedir permiso y poder efectuar esta actividad.

También incluye entretenimiento con tirolesas y una actividad de conexión entre la naturaleza y el alma a través del yoga. Nuestro principal objetivo aquí es conectar a los huéspedes con el destino.

Muchísimas gracias por todo lo que nos has contado, Nawel.

Muchas gracias.



PARADISUS

BY MELIÁ

el altavoz

sóloagentes

EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES



Muy pronto *un nuevo servicio*
para los agentes de viajes.

Villa Agrippina Gran Meliá

Descubre nuestros beneficios
exclusivos por tiempo limitado

Para ti

Comisión adicional

Para tu cliente

Bienvenida VIP

Upgrade de habitación*

Nuestra selección Gran Meliá



Booking window

desde 1 de Julio, hasta 31 de Agosto, 2023

Travel window

desde 5 de Julio, hasta 31 de Agosto, 2024



TÉRMINOS Y CONDICIONES:

Estancia mínima de 3 noches* | Categoría superior a la reservada, hasta llegar a Supreme con terraza a Junior Suite.*

Sujeto a disponibilidad.

Oferta exclusiva para reservas a través de **meliapro.com** | **Contact center**

MELIÃ *pro*
TRAVEL AGENTS

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

THE MELIÃ
COLLECTION

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ZEL

INNSIDE
BY MELIÃ

FALCON'S RESORTS
BY MELIÃ

SOL
BY MELIÃ

AFFILIATED
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

MELIÃ
pro

Las vacaciones son el *momento perfecto para desconectar del trabajo* y recargar energías, incluso si eres Agente de Viajes.

Si ya es difícil desconectar del trabajo para los "mortales", la cosa se pone peor si eres un Agente de Viajes y tu trabajo y pasión, son los

viajes. En este artículo intentamos darte algunos consejos para (al menos) intentar desconectar en vacaciones y no seguir pensando

en el trabajo cuando nos toque disfrutar de un viaje propio durante estas próximas vacaciones.

Los Pecados Capitales de un Agente de Viajes

Estos son algunos de esos pecados capitales que cometemos los agentes de viajes y también el pretexto que nos ponemos a nosotros mismos y a nuestros acompañantes para llevarlos a cabo durante las vacaciones.

1.- Identificación de agencias y turoperadores

Mientras estoy en un vuelo o en un hotel, suelo intentar adivinar qué agencia de viajes y qué turoperador han contratado otros viajeros para su viaje. Es una forma divertida de conocer las opciones y tendencias actuales del mercado.

2.- Interacción con guías locales

Siempre trato de entablar conversaciones con los guías turísticos locales para obtener información privilegiada sobre el destino y recomendaciones ocultas que no aparecen en las guías turísticas.

3.- Investigación de nuevos destinos

Durante mis viajes, dedico tiempo a investigar nuevos destinos, especialmente aquellos que están ganando popularidad. Esto me ayuda a estar al día con las tendencias y a ofrecer recomendaciones frescas a mis clientes.

4.- Evaluación de servicios turísticos

Mientras disfruto de los servicios turísticos, como cruceros o circuitos, no puedo evitar evaluar la calidad y el nivel de satisfacción general. Esto

me ayuda a tener una perspectiva objetiva al recomendar experiencias similares a mis clientes.

5.- Estudio de la cultura local

Me gusta sumergirme en la cultura local cuando viajo, explorando la gastronomía, asistiendo a eventos culturales y aprendiendo sobre las tradiciones del lugar. Esta inmersión cultural me permite brindar consejos auténticos y enriquecedores a los viajeros.

6.- Captura de fotografías inspiradoras

Como amante de la fotografía, siempre llevo conmigo una cámara para capturar imágenes inspiradoras de los destinos que visito. Estas fotos me ayudan a crear contenido atractivo para mi trabajo y a compartir la belleza del mundo con mis clientes.

7.- Análisis de las excursiones ofertadas

Me gusta analizar los itinerarios de las excursiones que veo en destinos turísticos populares, para obtener ideas y recomendaciones para mis futuros clientes.

8.- Evaluación de opciones de alojamiento

Cuando me hospedo en un hotel, presto atención a los servicios, la calidad de las habitaciones y la ubicación. Visito un montón de alojamientos en los que no estoy alojado, pero aprovecho para conocerlos porque esto me permite recomendar alojamientos adecuados a los diferentes perfiles de viajeros.

9.- Descubrimiento de actividades únicas

Busco actividades únicas y emocionantes en cada destino que visito, como paseos en globo aerostático, excursiones en kayak o clases de cocina local. Le pido a mis acompañantes a realizarlas conmigo, porque estas experiencias especiales agregan un toque memorable a los itinerarios de mis clientes.

10.- Prueba gastronomía local

Una de las mejores formas de conocer una cultura es a través de su comida. Siempre busco probar platos típicos y explorar la escena gastronómica local para poder recomendar restaurantes auténticos y sabores tradicionales a mis clientes.

11.- Apreciación de la arquitectura y el arte únicos de la zona

Mientras viajo, admiro la arquitectura y el arte distintivos de cada destino. Esto me permite brindar información detallada sobre los sitios históricos, museos y galerías de arte que mis clientes podrían disfrutar durante sus viajes.

12.- Exploración de opciones de transporte

Utilizo diferentes medios de transporte durante mis viajes, como trenes, autobuses, ferries o vuelos locales. Esto me ayuda a comprender las opciones de transporte en diferentes destinos y a ofrecer consejos sobre la forma más conveniente de desplazarse.



¿Se puede desconectar en Vacaciones, siendo Agente de Viajes?



Estos son algunos de esos pecados capitales que cometemos los agentes de viajes y también el pretexto que nos ponemos a nosotros mismos y a nuestros acompañantes para llevarlos a cabo durante las vacaciones.

El Auténtico Pecado Capital de un Agente de Viajes

Todo esto está muy bien y aunque en muchas ocasiones les impongamos a nuestros acompañantes de viaje ciertas actividades que quizás no les apasionan tanto como a nosotros el realizarlas, es evidente que uno no deja de ser agente de viajes y de tener "ese gusanillo profesional" por estar de vacaciones.

Pero el único y verdadero pecado capital que no podemos realizar, porque garantizará el no poder desconectar ni un minuto de nuestro trabajo como agente de viajes es:

La Interacción con otros viajeros

Porque al final le vas a contar que eres agente de viajes, aunque no quieras y te vas a encontrar con que cualquier cosa que no les guste, te van a pedir que hables con el hotel, con el guía o con el touroperador. Piénsalo, cuantas veces te ha ocurrido...

Pero más allá de estas recomendaciones de desconexión que te sugerimos, te ofrecemos otros Tips que esperamos te puedan ayudar a relajarte en el poco tiempo libre que esta bendita profesión nos deja.



El impacto de la desconexión en la salud mental y bienestar

La desconexión en vacaciones tiene un impacto significativo en nuestra salud mental y bienestar general. Al separarnos de las preocupaciones y responsabilidades laborales, permitimos que nuestra mente descanse y se recupere emocionalmente.

A continuación, exploraremos los beneficios de desconectar en relación a la estabilidad emocional y el cuidado de la salud mental.

Beneficios de desconectar en cuanto a la estabilidad emocional

Reducción del estrés: Al desconectar, disminuye la presión y tensión asociadas al trabajo, lo que tiene un impacto directo en la reducción del estrés. Liberamos nuestra mente de las preocupaciones diarias y permitimos que se relaje y se enfoque en el presente.

Aumento del bienestar emocional:

Al alejarnos de las fuentes de estrés laboral, podemos experimentar un aumento en nuestro estado de ánimo y nuestra satisfacción general. La desconexión nos brinda la oportunidad de disfrutar de momentos de felicidad y relajación, lo que contribuye a un mayor bienestar emocional.

Mejora en la salud mental:

La desconexión proporciona un espacio para cuidar nuestra salud mental. Nos alejamos de las presiones y demandas del trabajo, lo que nos permite dedicarnos a actividades que promueven nuestro equilibrio emocional, como el tiempo de calidad con nuestros seres queridos, el ocio y el autocuidado. Cuidado de la salud mental y disfrute de la vida.

Recarga de energías:

La desconexión en vacaciones nos ofrece la oportunidad de recargar energías y reponer nuestros recursos

mentales y emocionales. Al alejarnos de la rutina laboral, brindamos a nuestro cerebro el descanso necesario para recuperarse y renovarse.

Promoción de la creatividad:

Al desconectar, liberamos nuestra mente de las exigencias laborales y abrimos espacio para la creatividad. Esto nos permite explorar nuevas ideas, perspectivas y hobbies, lo que a su vez contribuye a nuestra salud mental y disfrute de la vida.

Fortalecimiento de las relaciones:

Al desconectar en vacaciones, podemos enfocarnos en nuestras relaciones personales y pasar tiempo de calidad con nuestros seres queridos. Esto fortalece nuestros vínculos emocionales, promoviendo un sentido de conexión y apoyo, lo cual es fundamental para nuestra salud mental y bienestar.

Consejos para lograr la desconexión en vacaciones

Cerrar los asuntos laborales previos

Antes de iniciar tus vacaciones, es importante cerrar los asuntos laborales pendientes. Dedicar tiempo a finalizar tareas, responder correos electrónicos y dejar claras las responsabilidades de tu ausencia. De esta manera, podrás desconectar sin preocupaciones y disfrutar plenamente del descanso.

Delegar tareas y evitar

conversaciones pendientes. Aprende a delegar responsabilidades en tus compañeros de trabajo y confía en su capacidad para llevar a cabo las tareas en tu ausencia.

Evita dejar conversaciones o decisiones pendientes que puedan interrumpir tu descanso. Establece límites y confía en que los demás pueden resolver los asuntos sin tu intervención constante.

Planificar el tiempo de ocio y establecer límites con el trabajo

No olvides que tus vacaciones son para descansar y disfrutar. Planifica actividades de ocio que te resulten

gratificantes y que te permitan desconectar por completo de la rutina laboral.

Establece límites claros con el trabajo, evita revisar correos electrónicos o atender llamadas innecesarias. Delimita un tiempo específico, si es necesario, para atender asuntos laborales, pero no permitas que se extienda y afecte tu tiempo de descanso.

Disfrutar del momento

y dejar el móvil en casa en ocasiones. En lugar de estar constantemente conectado a dispositivos electrónicos, aprovecha tus vacaciones para desconectar del mundo digital y disfrutar del momento presente. Deja el teléfono móvil en casa en alguna ocasión y concéntrate en disfrutar de las actividades que has planificado o simplemente de relajarte en compañía de tus seres queridos. Haz un esfuerzo por vivir el presente y alejarte de las distracciones tecnológicas.

Desarrolla un plan de desconexión digital antes de salir

Desarrolla un plan de desconexión digital antes de salir de vacaciones es fundamental si quieres olvidarte del trabajo y disfrutar al máximo de tu tiempo libre.

Este plan debe incluir la eliminación de notificaciones de trabajo en tu teléfono móvil y la configuración de respuestas automáticas para informar a tus contactos de que estás fuera de la oficina.

¡Desarrolla un plan de desconexión digital y disfruta al máximo de tus vacaciones!

Aprovecha el tiempo libre para hacer actividades sin conexión a Internet

Una excelente manera de desconectar, es planificar actividades sin conexión a Internet. Estas actividades te permitirán desconectar de la tecnología y conectarte contigo mismo y con lo que te rodea.

Además, te ayudarán a reducir el

estrés y a recargar energías para regresar al trabajo con una actitud más positiva y renovada.

Disfruta del momento presente sin interrupciones.

Estas podrían ser algunas de las actividades no tecnológicas ni eminentemente turísticas a las que podríamos dedicar parte de nuestro tiempo de vacaciones y que de seguro nos ayudarán a conseguir desconectar por unos días.
Leer un libro o revista
Hacer una caminata por la naturaleza
Visitar museos y galerías de arte
Ir al cine o teatro
Jugar juegos de mesa con amigos o familiares
Practicar deportes al aire libre como senderismo, canotaje, pesca o ciclismo
Cocinar comidas nuevas y experimentales en casa
Tomar clases de cocina, pintura u otras habilidades manuales
Realizar actividades de voluntariado en la comunidad local
Planificar excursiones a lugares cercanos para explorar nuevos paisajes y culturas
Establece límites y aprende a decir "no" al trabajo durante tus vacaciones

Importancia de la flexibilidad y adaptación durante las vacaciones

El verano es un momento de cambios y adaptación. Para disfrutar de unas vacaciones desconectadas, es esencial ser flexible y estar dispuesto a adaptarse a las circunstancias.

A continuación, se presentan algunos aspectos clave para tener en cuenta durante esta época del año.

Creación de un listado amplio de actividades pequeñas.

Ante posibles cambios en nuestros planes originales, es recomendable elaborar un listado de actividades pequeñas y flexibles que se pueden realizar sin necesidad de grandes preparativos o desplazamientos. De esta manera, tendremos opciones alternativas para disfrutar y aprovechar al máximo nuestro tiempo libre, sin frustrarnos si algún plan se cancela o no resulta como esperábamos.

Aceptar los cambios y adaptarse a las restricciones sanitarias

Dada la situación actual, es importante aceptar los cambios que puedan surgir y adaptarse a las restricciones sanitarias. Es posible que ciertos lugares o actividades no estén disponibles o se encuentren limitados debido a medidas de seguridad. En lugar de frustrarnos, podemos buscar alternativas o descubrir nuevos lugares cercanos a nuestro destino que nos permitan disfrutar de las vacaciones de manera segura.

Evitar la frustración ante la cancelación de planes

En caso de que un plan se cancele o no se pueda llevar a cabo como teníamos previsto, es importante evitar la frustración y buscar soluciones alternativas. En lugar de enfocarnos en lo que no pudimos hacer, podemos aprovechar ese tiempo para realizar alguna actividad de nuestra lista pequeña o simplemente relajarnos y disfrutar de momentos de descanso y tranquilidad.

Es importante recordar que tus vacaciones son un momento para relajarte, recargar energía y disfrutar de actividades que te gusten. Si permites que el trabajo se interponga en tus vacaciones, no podrás disfrutarlas al máximo.

Para establecer límites, es recomendable informar a tus compañeros de trabajo que estarás fuera de la oficina y no estarás disponible para atender llamadas o correos electrónicos relacionados con el trabajo.

Conclusión

Recuerda que estas vacaciones son para ti y para los tuyos y en las que es imprescindible que recargues energías, así que no te sientas culpable por desconectar. Distanciarte de la rutina diaria durante las vacaciones te permitirá regresar con renovadas fuerzas y una mentalidad más clara para enfrentar los retos de la última parte del año.

¡Disfruta de tus vacaciones!

Cómo vender un “HUEVO” en tu Agencia de Viajes

En este artículo, encontrarás algunos de los aspectos que debes tener siempre en cuenta, para conseguir VENDER UN “HUEVO” en tu Agencia de Viajes.

Lo determinante en cualquier organización es el volumen de producción que se obtiene.

No existe ningún otro parámetro tan relevante en una empresa, como su volumen de ventas y la rentabilidad que consigue.

No pienses en qué vendes, sino en cómo podría consumir el cliente tu producto.

Un huevo, puede ser un huevo frito, cocido, revuelto, una tortilla a la francesa, o junto a otro producto, una espectacular tortilla de patatas

Reinventar tu producto

Hay clientes que necesitan decir que no han comido huevos revueltos, sino una espléndida y novedosa deconstrucción de tortilla a las finas hierbas.

Win Win

Ni tú regalas los huevos, ni el cliente pagará con uno de los suyos por tu producto. Establece desde el principio una equidad en la transacción que permita llevar a cabo el negocio.

No vendas tu producto, sino la sensación que obtendrá el cliente al consumirlo.

A pocos clientes les apasionará oírte hablar de cascaras, yemas o claras. Pero seguro que sí de su textura, esponjosidad o sabor.

Vende, no esperes a que te compren

El huevo es un alimento de consumo masivo, pero no olvides que nadie está obligado a comprártelos a ti. Siempre existen alternativas.

No te desmotives, vender no es despachar

Es irremediable que haya clientes con alergia al huevo, al igual que hay otros con alergia a la leche. No te desanimes, quien vende sabe que hay que recibir muchos “No” para obtener un “Sí”.

Vender, no es charlar con los clientes

Si después de todo el día regresas con la cesta de huevos llena, sabrás más de fútbol, de toros o de política, pero esa noche irremediablemente, te tocará cenar tortilla... no pierdas la perspectiva de que estás vendiendo, no haciendo amigos.

I Love el huevo

Si no crees en lo que vendes, será imposible que enamores al cliente con tu producto. La pasión, como en todo, es el motor de la venta.

Escucha a tu cliente, te lo está poniendo a huevo

Si no nos molestamos en escuchar al cliente, ¿Cómo vamos a ofrecerle lo que realmente necesita?, ¿Cómo sabremos si es mejor utilizar el argumento de los huevos fritos o de la tortilla?

Tu producción no se mide por el número de clientes, si no por el volumen de ventas.

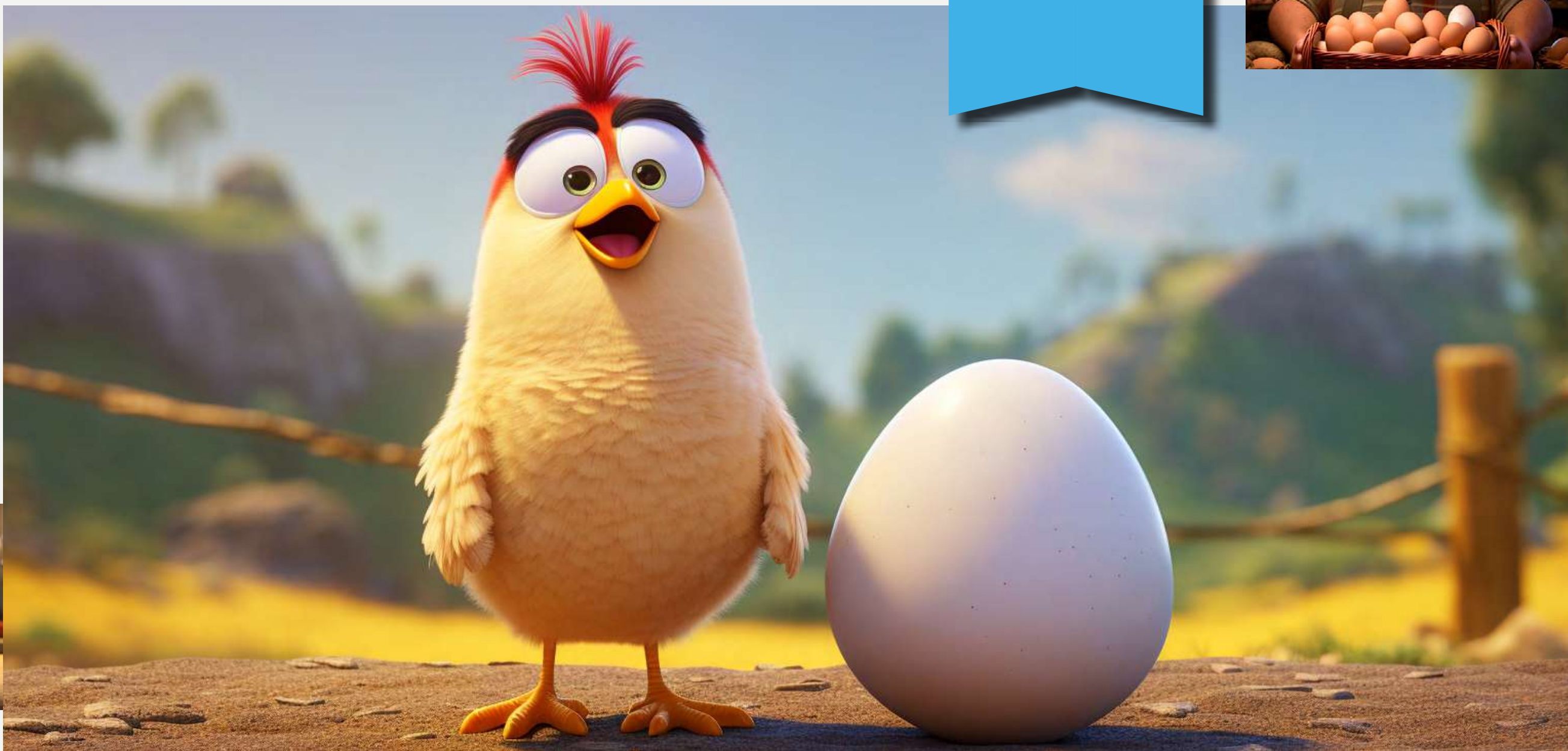
Invierte en la Postventa

Lo más importante no es conseguir vender toda la cesta de huevos, es haber trabajado para qué con el mismo esfuerzo, al día siguiente, consigas vender dos cestas. Invertir tiempo en la postventa, es una de las acciones comerciales más rentables.

Esperamos haber sido capaces de mostrarte algunas técnicas de cómo vender un “huevo” en tu Agencia de Viajes.



Conclusión
Si sigues estas recomendaciones, estamos seguros de que VenderásMUCHO.



Con Civitatis, viajar es mucho más.

Imagina una visita guiada por el Coliseo, un tour donde descubrir los contrastes de Nueva York, un paseo en barco por el Sena...¡Y mucho más!

Personaliza el viaje de tus clientes con más de 80.000 actividades en español en todo el mundo.



Ahorra
tiempo



Asegúrate
disponibilidad



Reserva ahora y
paga más adelante



Aumenta
tus ventas

ACAVE, FETAVE y UNAV acuerdan trabajar juntos en la defensa del sector de las agencias de viajes

Las asociaciones ACAVe, FETAVE y UNAV, que representan a la mayoría del sector de agencias de viajes en España con más de 4.500 puntos de venta, han acordado trabajar juntas para defender los intereses del sector. Coordinarán esfuerzos en asuntos prioritarios como la negociación colectiva, la exclusión de las agencias de viajes en la aplicación del RD 933/2021 y la modificación de la directiva de viajes combinados.

Entre los temas clave se encuentra la revisión de la representatividad de la parte empresarial en la negociación colectiva del Convenio Colectivo de las Agencias de Viajes, ya que ninguna de las tres asociaciones con mayor representación está actualmente en la mesa negociadora. También abogan

por la exclusión de las agencias de viajes del RD 933/2021 y FETAVE se compromete a colaborar en el expediente de denuncia iniciado ante la Comisión Europea contra dicho Real Decreto.

La modificación de la directiva de viajes combinados es otro tema en el que colaborarán, contando con la participación de ACAVe como única representante española en ECTAA, la patronal europea de agencias de viajes y tour operadores.

Por último, en relación con el programa de viajes del IMSERSO, las tres asociaciones defienden una mejora en la remuneración de las agencias de viajes y el cumplimiento de los plazos y número de plazas previstas, evitando retrasos.



Ávoris se hace con los tres lotes del IMSERSO

Ávoris, la red de agencias de viajes de Barceló, se ha adjudicado los tres lotes de viajes del Imsero para la temporada 2023-2024, superando a sus competidores con las mejores puntuaciones. Esta decisión pone fin a la preocupación por un posible retraso en los viajes. Mundiplan, que había obtenido los lotes 1 y 2 en la temporada pasada, y otras empresas, quedaron excluidas.

En el lote 1 (costas peninsulares), Ávoris obtuvo 94,24 puntos, seguido de Soltour con 89,43 y Mundiplan con 88,24. En el lote 2 (costas insulares), Ávoris alcanzó la máxima puntuación con 100 puntos, mientras que Mundiplan obtuvo 88,59 puntos. En el lote 3 (circuitos, capitales de provincia y españoles en Europa),

Ávoris obtuvo 97,82 puntos, y Seniorplan/Nautalia/Autocares Vera 95,32 puntos.

Para esta edición, el Imsero ofrece 886.269 plazas (70.000 más que en la temporada actual) con un aumento del 7,5% en los precios. Las nuevas plazas se centran en el lote 3, con más circuitos y capitales de provincia. Los pliegos del concurso fueron publicados en marzo para mejorar la calidad y diversidad de los paquetes ofertados.

El programa está valorado en más de 300 millones de euros y, sumando posibles prórrogas, alcanza un valor total de casi 850 millones de euros. El Imsero aporta el 22,5% y los usuarios el 77,5% restante.

Nuria Montes, nueva consejera de Turismo de la Comunidad Valenciana

Nuria Montes, hasta ahora secretaria general de la patronal hotelera Hosbec (Asociación Empresarial Hotelera y Turística de la Comunidad), ha sido nombrada como nueva consejera de Innovación, Industria,

Comercio y Turismo del Gobierno de la Generalitat Valenciana, bajo la presidencia de Carlos Mazón.

Con este cambio, el nuevo Ejecutivo de la Comunidad Valenciana recupera la Consejería

de Turismo, que en la última legislatura estaba bajo la responsabilidad directa del presidente de la Generalitat, Ximo Puig, a través de una Secretaría Autonómica liderada por Francesc Colomer.



VECI constata el buen rendimiento de la herramienta digital Traveltool e-services

El Grupo Viajes El Corte Inglés ha presentado Traveltool e-services, una solución innovadora para la digitalización de agencias de viajes. Esta propuesta tecnológica especializada busca ampliar el alcance de las agencias hacia nuevos clientes, fortaleciendo su presencia en el entorno digital.

En un contexto donde la multicanalidad es clave, Traveltool e-services de Grupo VECI se convierte en un socio estratégico esencial para optimizar la visibilidad y establecer conexiones efectivas con los clientes en línea. Reconociendo la necesidad de suministrar información, formación y soporte adecuados a las agencias en la fase de conceptualización de su canal digital.

La propuesta permite a las agencias establecer su propia oficina web para la comercialización de viajes con una inversión mínima y sin necesidad de mantenimiento constante. Ofrece una plataforma de venta en línea disponible las 24 horas, los 365 días del año, actualizando escaparates y destacando los productos más demandados por los clientes, además de ofrecer productos y servicios dinámicos para crear propuestas de viaje personalizadas. Traveltool e-services va más allá al proporcionar consejos prácticos de alto valor para ayudar a las agencias a establecer una sólida presencia digital y aprovechar al máximo la estrategia omnicanal.

Entre ellos, se incluye tener un sitio web con dominio propio y personalización corporativa, gestionar la rentabilidad de los productos y servicios, implementar un sitio web transaccional multiproducto para optimizar la promoción y comercialización, y configurar códigos de descuento para fomentar la venta directa en línea.



Travelplan acerca los destinos de Los Cabos e Isla Mauricio a los agentes de viajes de España y Portugal



Travelplan acerca los destinos de Los Cabos e Isla Mauricio a los agentes de viajes Travelplan, el turoperador de Ávoris Corporación Empresarial, ha llevado a cabo dos fam trips: uno a Los Cabos, en Baja California Sur, entre el 26 de junio y el 3 de julio, y otro a Isla Mauricio, entre el 29 de junio y el 7 de julio. Estos viajes contaron con la participación de agentes de viajes de España y Portugal, así como periodistas especializados en el sector turístico.

En el fam trip a Los Cabos, en colaboración con RIU Hotels & Resorts y The Inclusive Collection by Hyatt, los agentes de viajes pudieron explorar en detalle las instalaciones y servicios de hoteles como Barceló Gran Faro Los Cabos (4 estrellas), ME Cabo (5 estrellas), Breathless Cabo San Lucas Resort & Spa (5 estrellas) y Dreams Los Cabos (5 estrellas), entre otros.

Además, disfrutaron de emocionantes excursiones, incluyendo visitas al famoso Arco en Cabo San Lucas y a San Jose del Cabo, una excursión a la playa Balandra, y la visita al pintoresco pueblo mágico de Todos Santos. También realizaron un recorrido en 4x4 por las playas del Pacífico, atravesando desiertos, montañas y cañones con vistas

majestuosas, y culminaron con un recorrido cultural e histórico por la ciudad de La Paz, conocida por sus espléndidas playas e islas circundantes.

El segundo fam trip, a Isla Mauricio, fue organizado en colaboración con cadenas hoteleras como Attitude, Beachcomber, Sun Life y The Residence, así como la aerolínea Iberojet, perteneciente a Ávoris. Desde el 15 de junio hasta el 21 de septiembre, Iberojet opera vuelos directos desde Madrid a Isla Mauricio. El objetivo del viaje fue dar a conocer a los agentes de viajes los atractivos turísticos de la isla y la oferta de Travelplan en este destino.

Durante los ocho días del fam trip, los agentes de viajes visitaron diversos hoteles en la isla, como Ambre 4, C. Mauritius 4 sup, Constance Belle Mare Plage, Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa (5 estrellas) y La Pirogue Mauritius 4 sup. Además, disfrutaron de excursiones a lugares turísticos y emblemáticos de la isla, como la excursión 'Joyas del Norte', que incluyó visitas a Port Louis, L'Adventure du Sucre y los jardines de Pamplémousses, así como la excursión 'Secretos del Sur'.

CEAV celebrará su próximo Congreso Anual en diciembre en Chipre



La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) celebrará su congreso anual en Chipre, del 2 al 9 de diciembre. Como cada año, CEAV realiza un viaje profesional de larga distancia para que los agentes de viajes conozcan el destino y puedan aumentar las ventas hacia él.

En esta ocasión, el operador encargado del desplazamiento será Politours 360, y los participantes visitarán lugares como Limassol, Pafos, Nicosia, la cordillera de Troodos y los

pueblos de Laghoudera. También explorarán la provincia de Larnaca, en la costa sureste de la isla.

El director general de Politours 360, Carlos Ruiz, asegura que nadie quedará defraudado con la belleza de la isla, donde según la mitología nació la mujer más bella del mundo, Afrodita. Chipre ofrece cultura, gastronomía, paisajes, playas y un ambiente cálido y cercano. Los directivos de CEAV tendrán reuniones con autoridades y empresas turísticas del país.



Nombramientos y novedades en el sector turístico Español



MAPA TOURS se ha unido a WIN WAY

MAPA TOURS se ha unido a WIN WAY, el primer club de fidelización de agentes de viajes en el mercado español, como nuevo partner de este programa.



Fernando Candela

Fernando Candela ha tomado posesión del cargo de presidente de Iberia, relevando a Javier Sánchez-Prieto, tal y como anunció en mayo su matriz, International Airlines Group (IAG)



Robert Lowe

Mandarin Oriental ha nombrado a Robert Lowe nuevo director general de Mandarin Oriental Ritz Madrid y vicepresidente de Operaciones de Área.



Destinia afirma que revolucionará la búsqueda y reserva de viajes, gracias a ChatGPT y su solución DESTA.

El Grupo Destinia ha lanzado Desta, una solución de inteligencia artificial (IA) que revolucionará la búsqueda y reserva de viajes.

Desta, que forma parte de su plataforma Destinia Beta dedicada a la investigación y desarrollo, es un asistente virtual que ofrece sugerencias personalizadas de destinos, hoteles y servicios relacionados con el viaje.

A diferencia de los asistentes virtuales convencionales, Desta se adapta a las

necesidades del cliente y proporciona recomendaciones basadas en la IA.

Los usuarios pueden preguntar y afinar su búsqueda según las sugerencias del asistente. Una vez definida toda la información, Desta envía al usuario al buscador tradicional para ejecutar la reserva.

Destinia se ha adelantado a gigantes como Google, Booking.com o Expedia en la implementación de la IA en los motores de

búsqueda. Aunque actualmente están en pruebas, su objetivo es seguir alimentando y haciendo que Desta aprenda de más preguntas y respuestas, como un niño.

Por ahora, Desta está activa en la vertical de hoteles de Destinia, pero el objetivo es extenderla pronto a vuelos y paquetes de vuelo+hotel. La IA ha llegado para quedarse y su implementación es un paso adelante en la mejora de la experiencia del usuario en la búsqueda y reserva de viajes.



EXPLORA LAS AZORES

www.azoresairlines.pt

Rosa Civantos
Responsable de Formación en CATAI

Descubre la programación de otoño de Catai y los destinos más destacados para los meses de septiembre y octubre.



Hoy estrenamos la programación de otoño con Catai y tenemos una invitada especial en el programa, Rosa Civantos. Buenos días, Rosa. Es un placer tenerte nuevamente en el programa.

Muy buenos días y muchas gracias nuevamente por vuestra invitación para estar aquí con todos vosotros.

Rosa, ¿Cómo de avanzada tienen la programación para este otoño?

Aunque todavía estamos inmersos en plena venta del verano, con salidas en julio y agosto, las gestiones de reservas del producto de larga distancia y del gran viaje se realizan con bastante anticipación.

Por lo tanto, la programación de otoño está bastante avanzada. No solo a lo que se refiere a las salidas de septiembre, octubre o noviembre, sino que también incluida toda la programación de invierno.

Por ejemplo, en nuestro producto de Laponia, llevamos meses con salidas especiales para viajar en diciembre y enero.

Otro ejemplo es nuestra programación especial para familias en el desierto sur de Marruecos, también con salidas en fin de año y en Reyes. Además de esto, toda la programación de salidas específicas de diciembre está muy avanzada.

Rosa, cuando mencionas la programación del puente de diciembre, Navidad y fin de año, ¿te refieres solo a la programación de media distancia?

No, aparte de la programación de media distancia, como mencionamos anteriormente en el caso de Laponia, también tenemos programación de larga distancia. Vamos a tener programación a Nueva York, Tailandia, Vietnam, aprovechando siempre las salidas garantizadas.

Además, hay destinos de media distancia, como Europa, que lucen bellísimos con sus mercadillos de Navidad.

Todos los años solemos tener una amplia variedad de productos y destinos. Este año también tendremos destinos como Egipto y Jordania, que están dentro de esa media distancia y son ideales para viajar en la recta final del año.

Gracias, Rosa. En cuanto a los puentes, ¿tendréis programación solo para el puente de diciembre?

También tendremos programación para otras festividades. Hay que tener en cuenta que en el último cuatrimestre del año hay varias fiestas. Por ejemplo, en el puente de octubre ya tenemos programación.

Un ejemplo es Islandia, donde tenemos una salida especial del 11 al 15 con cupo aéreo y también terrestre. Es una muy buena época para conocer toda la zona sur de Islandia en esta salida exclusiva de Catai.

Muchísimas gracias, Rosa. ¿Qué programación destacarías para los meses de otoño, especialmente septiembre y octubre?

Hay muchas opciones para viajar en los meses de septiembre a noviembre en nuestro otoño.

Una muy buena opción sería cualquier destino de América Latina. Pero si tuviera que elegir, me quedaría con Perú.

Es una oportunidad para conocer la cultura Inca y el destino está recuperando su normalidad. Podrás conocer ciudades como Lima, Cuzco y Arequipa, además de descubrir todo lo que el valle de Urubamba esconde durante el recorrido en tren que nos llevará a Machu Picchu.

Incluso podemos realizar el mágico sobrevuelo de las líneas de Nazca. Tenemos toda nuestra programación disponible en la web, en nuestro monográfico dedicado a Perú.

Además, hemos incluido programas enfocados en la gastronomía del país, donde los clientes no solo podrán degustar los platos típicos peruanos, sino también aprender a prepararlos.

Tenemos más de 30 programas para Perú, y muchos de ellos ofrecen ventajas especiales en el precio para aquellos clientes que reserven antes del 31 de julio y viajen hasta el 31 de diciembre.

Rosa, ¿Qué otros destinos de América Latina destacarías de vuestra programación?

Otra muy buena opción para viajar durante los meses de otoño e invierno es Argentina. Es un país con paisajes deslumbrantes de lagos, cataratas y fiordos, además de su vibrante ciudad de Buenos Aires.

Toda la programación ya está recogida en nuestro monográfico y eMagazine de Argentina y Chile. Por supuesto, todo es cotizable a través de nuestra herramienta Travel Pricer.

Además de los itinerarios que ofrecemos para recorrer Argentina de norte a sur, también tenemos programas que exploran regiones específicas del país, como la región Norte y el área de Salta, donde podrás visitar las grandes Salinas y disfrutar de la experiencia de dormir en un glamping de lujo.

También podremos recorrer la ruta 40 para llegar hasta Cafayate y vivir la experiencia vinícola en alguna de sus bodegas. Además, tenemos salidas garantizadas a partir del 1 de noviembre.

Muchísimas gracias por tu tiempo, Rosa. Ha sido un verdadero placer tenerte en el programa.

Muchísimas gracias por contar con nosotros como siempre.





12 Beneficios de contratar con una Agencia de Viajes

Existen muchos beneficios de contratar con una agencia de viajes. Descubre por qué viajar a través de una agencia de viajes es la elección más inteligente para tus próximas vacaciones.

En un mundo cada vez más digitalizado y lleno de opciones clónicas carentes de empatía, confiar en expertos que conocen los destinos, las mejores rutas y las experiencias más auténticas se convierte en algo de un valor incalculable.

Las agencias de viajes no solo ofrecen comodidad y seguridad, sino que también brindan un sinfín de

ventajas, desde la personalización de itinerarios hasta el respaldo en situaciones imprevistas.

En este artículo, exploraremos las razones por las que elegir una agencia de viajes, puede ser la clave para disfrutar al máximo de cada aventura, garantizándonos vivir una experiencia inolvidable y libre de preocupaciones.

Experiencia y conocimiento

Una de las principales ventajas de viajar con una agencia de viajes es que cuentan con experiencia y conocimiento en la industria.

Están familiarizados con destinos populares, mejores rutas, opciones de alojamiento y actividades turísticas. Esto significa que pueden ofrecerte recomendaciones y consejos basados en su experiencia, lo que te ayudará a planificar un viaje más completo y satisfactorio.

Ahorro de tiempo y esfuerzo

Viajar con una agencia de viajes puede ahorrarte tiempo y esfuerzo. La planificación de un viaje puede ser abrumadora y llevar mucho tiempo. Al confiar en una agencia



de viajes, ellos se encargarán de organizar todos los detalles del viaje por ti.

Desde la reserva de vuelos y alojamiento hasta la planificación de actividades y excursiones, te liberarán de la carga de tener que hacerlo todo tú mismo. Además, trabajarán en base a tus gustos, preferencias y necesidades, asegurándose de que el viaje sea personalizado y satisfactorio para ti.

Conocimiento y Acceso a ofertas y descuentos que no están en la red

Viajar a través de una agencia de viajes brinda conocimiento y acceso a ofertas y descuentos que no están disponibles en línea.

Es evidente que las principales campañas de promoción de los operadores turísticos se lanzan a través de los medios de comunicación para llegar al público en general. Sin embargo, las agencias de viajes a menudo tienen acceso y conocimiento de promociones de última hora que no se anuncian. La razón es obvia: no sería rentable anunciar 10 asientos en un vuelo a Cancún en los medios, ya que el costo excedería el valor de esos viajes. En cambio, las agencias de viajes son informadas por correo electrónico sobre estas ofertas disponibles para llenar cupos de vuelos u hoteles.

Asistencia y soporte durante el viaje

Una de las ventajas de viajar con una agencia de viajes es que recibirás asistencia y apoyo durante todo tu viaje a través de su equipo de colaboradores.

Si surge algún problema o contratiempo, como cancelaciones de vuelos o cambios en los planes, podrás contar con su ayuda para resolverlo de manera rápida y eficiente. Además, muchas agencias de viajes ofrecen servicios de atención al cliente las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que te brinda tranquilidad y seguridad durante tu experiencia de viaje.

Conocimiento local

Las agencias de viajes suelen tener contactos y colaboradores locales en los destinos que ofrecen. Esto significa que pueden proporcionarte información y consejos sobre la cultura local, las costumbres, los mejores lugares para visitar y las recomendaciones de restaurantes.

Tener acceso a este conocimiento local puede enriquecer tu experiencia de viaje y permitirte sumergirte más en la cultura y el estilo de vida del lugar que estás visitando.

Organización de actividades y excursiones con garantías

Si deseas realizar actividades o excursiones específicas durante tu

viaje, una agencia de viajes puede ayudarte a organizarlas. Pueden reservar entradas para atracciones turísticas populares, organizar visitas guiadas o incluso planificar actividades personalizadas según tus intereses y preferencias.

Esto te permitirá aprovechar al máximo tu tiempo de viaje y asegurarte de no perderte ninguna experiencia importante y también de no caer en las garras de ningún aprovechado que quiera timarte.

Seguridad y tranquilidad

Viajar con una agencia de viajes también te brinda seguridad y tranquilidad. Las agencias de viajes están registradas y reguladas por organismos gubernamentales, lo



que significa que deben cumplir con estrictos estándares y regulaciones para operar. Esto te brinda protección y garantía de que estás tratando con una empresa confiable y profesional. Además, las agencias de viajes ofrecen seguros de viaje que te protegen en caso de emergencias médicas, pérdida de equipaje u otros contratiempos.

Representación

Contratar a través de una agencia de viaje asociada también es una garantía para el consumidor. **CEAV** ha conseguido reunir a la práctica totalidad de las asociaciones españolas de agencias de viajes, en las que están integradas prácticamente la totalidad de Agencias de Viajes de toda España.

Entre sus funciones principales se encuentran las de defender los intereses de los agentes de viajes y, en consecuencia, también los de sus clientes.

Cobertura ante imprevistos

En las pasadas circunstancias y en caso de un cambio de escenario, como puede ser el confinamiento, las agencias ofrecen cobertura y asistencia en caso de que sea necesaria la repatriación.

Agilización en las gestiones

Mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto establecido, y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados como son la gestión de visados y seguros de viaje.

Asesoría permanente

Posibilidad de consultar sobre la situación y circunstancias de un destino, relacionadas con cambios en la normativa como, por ejemplo, la obligatoriedad o no de pasar una cuarentena, disponer de pasaporte sanitario, seguros médicos, etc.

Empatía y escucha activa

La empatía y la escucha activa son dos cuestiones extremadamente relevantes en la contratación y ejecución de un viaje y esto únicamente puede ofrecértelo un agente de viajes físico y experimentado. Esa parte humana y profesional es sin lugar a dudas el mayor valor que te aportará viajar estar vacaciones asesorado por tu agente de viajes.

Conclusión

Contratar con una agencia de viajes ofrece una amplia gama de beneficios que no se pueden pasar por alto. Desde su experiencia y

conocimiento en la industria hasta el ahorro de tiempo y esfuerzo en la planificación, las agencias de viajes brindan asistencia y apoyo durante todo el viaje, ofrecen acceso a ofertas exclusivas y descuentos, y cuentan con un conocimiento local invaluable.

Además, la seguridad, la tranquilidad y la organización de actividades y excursiones con garantías son aspectos que garantizan una experiencia de viaje placentera.

También brindan cobertura ante imprevistos y agilización en las gestiones, además de ofrecer asesoría permanente y empatía en cada paso del camino.

Confía en una agencia de viajes y disfruta de unas vacaciones inolvidables, sabiendo que estás respaldado por expertos que se preocupan por tu bienestar y satisfacción. ¡Bon voyage!



CATAI

DESCUBRE EL MUNDO QUE IMAGINAS

DESCUBRE LAPONIA

PROGRAMACIÓN Y VUELOS DIRECTOS EXCLUSIVOS



Más información

MELIÁ

ORLANDO HOTEL

AT CELEBRATION



Meliá Orlando Celebration:

Entrevista con Luis Moreau

Esta entrevista la hemos dedicado a conocer un poco más la oferta hotelera de Meliá en Florida, concretamente en Orlando. Hoy os contamos todo acerca del Hotel Meliá Orlando Celebration.

En esta entrevista exclusiva con *Luis Moreau, Guest Experience Manager del Hotel Meliá Orlando Celebration*, te llevamos a conocer este fantástico alojamiento ubicado muy cerca de los parques de Disney y Universal Studios en Orlando.

Para hablarnos del hotel, contamos hoy con Luis Moreau. Luis, un placer tenerte en el programa. Bienvenido.

Buenos días y muchas gracias. Mi nombre es Luis Moreau, soy el Guest Experience Manager del Hotel Meliá Orlando Celebration.

Luis, ¿Qué nos puedes contar acerca de este alojamiento?

Meliá Orlando Celebration tiene 250 habitaciones que se categorizan en habitaciones Deluxe o clásicas, One bedroom, Suite bedroom balcón, y también tenemos una categoría que es Wellness Suite by Delos para aquellas personas wellness que están buscando el bienestar e incluyen amenities wellness. También vendría con una cápsula de vitamina C. Tenemos un filtro de aire que elimina cualquier tipo de virus o bacteria. Tenemos algún sonido blanco como las olas del mar o el sonido de los pájaros, y tenemos alguna meditación con uno de los más importantes, el Doctor Deepak Chopra.

Luis, ¿qué es lo más significativo del hotel que resaltarías para los agentes de viajes que nos ven?

Uno de los puntos más importantes para visitar el hotel es la ubicación. Nos encontramos en el pueblo de Celebration, a solo 10 minutos de uno de los parques más importantes del mundo: Disney. También incluimos el transporte tanto de ida como de vuelta para todos los parques, como Universal Studios, Epcot y Disney Kingdom, entre otros.

Gracias, Luis. Háblanos ahora de la

restauración del hotel.

Tenemos un restaurante en el hotel llamado The Wilson, muy bueno en verdad. Ofrece comida del mar y también comida americana. Además, los fines de semana tienen unos brunch muy buenos.

Luis, tengo entendido que aceptáis mascotas, ¿verdad?

Aceptamos mascotas en Meliá Orlando Celebration. Tenemos una tarifa que se paga una vez. También contamos con un parque para perros y un menú especial para perros en el restaurante. En caso de que salgas y quieras dejar a tu perro en la habitación, tenemos servicios como masajes para perros, entre otros.

¿Disponéis también de áreas para practicar deporte?

Tenemos un gimnasio tanto dentro como fuera del hotel. Dentro, si estás buscando hacer ejercicio de forma más privada, con algún

entrenador, tenemos el Peloton room y el mirror room, que es un espejo que te entrena, y también contamos con bicicletas. En caso de que estés buscando actividades más grupales o más máquinas, a cinco minutos caminando tenemos un gimnasio de tres plantas que pertenece a nuestros socios de AdventHealth.

Gracias, Luis. ¿Y disponéis también de algún programa de entretenimiento?

Tenemos un programa de entretenimiento llamado "12 meses, 12 razones: ¿por qué visitar Meliá Orlando Celebration?" Cada mes es diferente. Este mes celebramos algo similar a un crucero internacional. Lo bueno de eso es que todos los meses tenemos diferentes actividades, por lo que no se vuelve aburrido. Además, también tenemos los llamados "Montesoles", que son una serie de ejercicios enfocados para niños, con el objetivo de educar y enseñar, basados en la libertad y la adaptación de los aprendizajes.

Fantástico, Luis. Por último, nos gustaría que nos resumieras para los agentes de viajes los motivos por los cuales deberían recomendar vuestro hotel.

Claro que sí, tienen que visitar nuestro hotel Meliá Orlando Celebration. Tenemos infinitas actividades, una hora complementaria de cóctel, gimnasio, mucho entretenimiento y estamos muy cerca de los parques. Así que espero verlos pronto por aquí.

Muchísimas gracias, Luis por toda la información que nos has aportado.





Cómo vender viajes en LinkedIn

| Guía para exprimir la red

En este artículo, exploraremos diversas estrategias y consejos prácticos sobre cómo optimizar tu perfil, generar leads, cerrar negocios, participar en grupos de discusión, aprovechar casos de éxito y testimonios y utilizar las herramientas y recursos adicionales que ofrece esta plataforma.

Cómo optimizar tu perfil personal en LinkedIn para vender viajes

El perfil en LinkedIn es una herramienta fundamental para vender de manera efectiva en esta plataforma. A continuación, te ofrecemos consejos prácticos para crear un perfil atractivo y profesional en LinkedIn como Agente de Viajes que te ayude a destacar.

Consejos para crear un perfil empresarial LinkedIn atractivo y profesional.

- » Utiliza una fotografía de perfil adecuada y profesional. Evita imágenes informales o poco representativas.
- » Elige un título que describa

claramente tus habilidades y experiencia.

- » Escribe un extracto conciso y persuasivo que resalte tus logros, habilidades y propuesta de valor.
- » Incluye tu experiencia laboral relevante, detallando tus responsabilidades y logros en cada puesto.
- » Asegúrate de que tus datos de contacto estén actualizados y sean fácilmente accesibles.
- » Destaca tu formación académica y certificaciones relevantes.
- » Incluye recomendaciones de antiguos colegas, clientes o socios comerciales para respaldar tu credibilidad.

El uso de palabras clave adecuadas en tu perfil

Para optimizar tu perfil en LinkedIn y aumentar tu visibilidad, es importante utilizar palabras clave relevantes en tu resumen, experiencia laboral y habilidades.

Estas palabras clave deben estar relacionadas directamente con el turismo y el segmento de las agencias de viajes emisoras en concreto, así como una breve descripción de las soluciones que tu agencia de viajes ofrece.

Al utilizar las palabras clave correctas, mejorarás tus posibilidades de ser encontrado por clientes

potenciales interesados en tus productos o servicios.

Cómo crear un perfil de empresa en LinkedIn

Crear un perfil de empresa para tu Agencia de Viajes en LinkedIn es fundamental para fortalecer la presencia y credibilidad de tu marca.

¿Por qué crear un perfil de empresa en LinkedIn?

Bien sea porque tu objetivo es vender servicios profesionales relacionados con tu agencia, a los 746 millones de usuarios de LinkedIn actuales o venderle sus viajes de ocio en vacaciones, hoy SI o SI, tienes que tener clara y afilada venta.

Consigue incrementar la venta de viajes profesionales y vacacionales

Beneficios de tener un perfil de empresa en LinkedIn

Tener un perfil de empresa en LinkedIn ofrece una amplia gama de beneficios para tu agencia. A continuación, destacamos algunos de los principales:

- » Mayor visibilidad de la marca: LinkedIn te brinda la oportunidad de aumentar la visibilidad de tu marca y llegar a un público objetivo más amplio.
- » Establecimiento de credibilidad: Al tener un perfil de empresa en LinkedIn, puedes mostrar tu experiencia, logros y fortalezas como agencia de viajes, lo que ayuda a ganar credibilidad en tu sector turístico y entre tus posibles clientes objetivo.
- » Generación de leads: LinkedIn es una plataforma orientada a los negocios, lo que la convierte en un lugar ideal para generar leads y establecer relaciones comerciales sólidas con clientes potenciales.
- » Networking profesional: LinkedIn ofrece una amplia red de profesionales de diversos sectores, lo que te permite establecer conexiones valiosas y colaborar con otros empresarios o empresas en proyectos futuros, así como utilizarla de fuente de inspiración para crear o mejorar los servicios que ofreces como agencia de viajes.
- » Promoción de contenido relevante: Mediante tu perfil de empresa, puedes compartir contenido relevante, como artículos, publicaciones o noticias relacionadas con tu sector turístico y los servicios que tu agencia ofrece, lo que te ayuda a mantener a tus seguidores informados y comprometidos.
- » Participación en grupos y comunidades: LinkedIn cuenta con numerosos grupos y comunidades temáticas, donde puedes participar y establecer conexiones con profesionales tanto con profesionales del sector turístico, como con otros profesionales de sectores a los que tengas como objetivo captar para la venta de viajes profesionales y personales.
- » Análisis y seguimiento de resultados: La plataforma ofrece herramientas de análisis que te



«permiten medir el impacto de tus publicaciones, el crecimiento de seguidores y la interacción con tu contenido, brindándote información valiosa para mejorar tu estrategia de marketing.

Generando leads y cerrando negocios en LinkedIn

En esta sección, exploraremos estrategias efectivas para encontrar clientes potenciales en LinkedIn, cómo iniciar una conversación efectiva y cómo nutrir leads para cerrar negocios exitosamente.

Estrategias para encontrar clientes potenciales en LinkedIn

LinkedIn ofrece diversas herramientas y funciones que puedes utilizar para identificar y conectarte con clientes potenciales. Aquí hay algunas estrategias efectivas que puedes implementar:

- » Optimiza tu perfil: Asegúrate de que tu perfil personal como el de tu agencia estén completos, destacando tu experiencia, habilidades y logros relevantes, así como en el perfil de tu agencia, los servicios, experiencia y soluciones que puedes aportar. Utiliza palabras clave relacionadas con el tipo de servicio que ofreces para aumentar tu visibilidad en las búsquedas de LinkedIn.
- » Utiliza los filtros de búsqueda avanzada: LinkedIn ofrece filtros avanzados que te permiten buscar usuarios según criterios específicos, como ubicación, industria, tamaño de la empresa y cargo. Aprovecha estas opciones para encontrar clientes potenciales que se ajusten a tu público objetivo.
- » Examina las conexiones de tus contactos: Explora las conexiones de tus contactos existentes en LinkedIn. Es posible que encuentres clientes potenciales interesantes y puedas solicitar una presentación o establecer contacto directamente.
- » Examina a la competencia: Busca en los perfiles profesionales de los agentes y las agencias de viajes del sector, aquellos que se asemejen al tipo de servicio que deseas vender y busca aquellos rasgos que le hagan sobresalir, analízalos, mejóralos e impleméntalos en tu perfil y en el de tu agencia de viajes.

» Examina los contactos de la competencia: Busca quienes son sus contactos, tanto clientes como proveedores y analizar aquellos que puedan resultarte de interés para tus objetivos. Busca la mejor alternativa para invitarlos a formar parte de tu red y empieza a nutrir tu relación con ellos.

Cómo utilizar LinkedIn para iniciar una conversación efectiva

Una vez que hayas identificado a tus clientes potenciales en LinkedIn, es fundamental iniciar conversaciones

destacar el valor o beneficio que puedes proporcionar a tu cliente potencial. Enfatiza cómo puedes resolver un problema o satisfacer una necesidad específica.

- » Establece una conexión genuina: En lugar de simplemente enviar un mensaje de venta, busca establecer una relación genuina con tu cliente potencial. Interésate por sus necesidades y metas, y ofrece tu ayuda y conocimiento de manera auténtica.
- » Crea una estrategia de seguimiento: Si no obtienes respuesta inmediata,

conversación efectiva con tus leads en LinkedIn, es hora de nutrirlos y cerrar negocios. Aquí te dejamos algunas estrategias clave para lograrlo:

- » Proporciona contenido de valor: Comparte regularmente contenido relevante y de calidad a través de publicaciones en tu feed de LinkedIn o artículos en LinkedIn Pulse. Esto te ayudará a establecerte como un referente en la industria turística y mantener el interés de tus leads.
- » Programa reuniones o llamadas: Una vez que hayas nutrido tu lead lo

sigan interesados y resolver cualquier duda o inquietud que puedan tener. La constancia y la atención personalizada marcan la diferencia en el cierre de negocios en LinkedIn. Con estas estrategias efectivas, podrás generar leads de calidad y cerrar negocios exitosos en LinkedIn.

Contenido relevante y participación en grupos de discusión

El contenido que compartes en LinkedIn juega un papel clave para lograr tus objetivos de venta. Es fundamental publicar contenido

con el sector turístico y/o con el sector del potencial cliente al que deseas venderle tus servicios como agencia de viajes. Puedes publicar artículos, noticias, infografías, videos o cualquier otro formato que permita transmitir tu conocimiento y experiencia de manera efectiva. Recuerda ser consistente en la publicación de contenido y mantener una calendarización regular. Esto te permitirá mantener la atención de tus seguidores y seguir construyendo una reputación sólida en LinkedIn.

Cómo participar en grupos de discusión para aumentar tu visibilidad

Los grupos de discusión en LinkedIn son espacios donde profesionales de un mismo sector o empresas de servicios para ese sector, como es una agencia de viajes, intercambian información, plantean preguntas (y aportan soluciones) y en general comparten contenido relevante.

Participar activamente en estos grupos te brinda la oportunidad de establecer conexiones, aumentar tu visibilidad y generar confianza en tu audiencia. Para participar de manera efectiva en grupos de discusión, considera los siguientes consejos:

- » Busca grupos relacionados con tus áreas de interés y expertise.
 - » Lee y analiza las discusiones existentes antes de unirse a la conversación.
 - » Contribuye con aportes valiosos, respuestas fundamentadas y soluciones prácticas.
 - » Comparte contenido relevante que pueda generar debate y enriquecer la discusión.
 - » Evita promover agresivamente tus servicios o productos, mantén el enfoque en brindar valor.
 - » Establece relaciones con otros participantes, conecta con ellos y sigue sus perfiles.
- Participar activamente en grupos de discusión te ayudará a expandir tu red de contactos, generar visibilidad y establecer tu autoridad como profesional de la industria de los viajes.

Recuerda que LinkedIn es una plataforma en constante



efectivas para establecer relaciones y explorar oportunidades de negocio. Aquí te dejamos algunos consejos para ello:

- » Personaliza tus mensajes: Evita enviar mensajes genéricos y en su lugar, personaliza cada uno de ellos para que sean relevantes para tu público objetivo. Incluye detalles específicos sobre su perfil, intereses o publicaciones recientes.
- » Destaca el valor que puedes ofrecer: En tu mensaje inicial, enfócate en

no te desanimes. Crea una estrategia de seguimiento adecuada para recordar tu interés y mantener la conversación activa. Esto puede incluir el envío de contenido relevante o la invitación a un evento relacionado con los servicios profesionales y/o vacacionales que ofrece tu agencia de viajes.

Cómo nutrir leads y cerrar negocios a través de LinkedIn

Una vez que hayas establecido una

suficiente y sientas que están listos para dar el siguiente paso, programa una reunión o llamada para discutir a fondo sus necesidades y cómo puedes satisfacerlas. Asegúrate de estar preparado con información relevante y respuestas a sus preguntas.

- » Realiza seguimiento de manera consistente: Mantén una comunicación constante con tus leads. Realiza seguimientos periódicos para asegurarte de que

relevante que atraiga y enganche a tu audiencia objetivo. Al ofrecer información valiosa, demuestras tu experiencia y atraes la atención de potenciales clientes.

Importancia de publicar contenido relevante en LinkedIn

Cuando compartes contenido relevante en LinkedIn, generas interés y confianza en tu audiencia. Es importante que tu contenido sea útil, actual y esté relacionado



« evolución, por lo que es importante mantenerse actualizado sobre nuevas oportunidades y funcionalidades que puedan surgir en el futuro.

Casos de éxito y testimonios en LinkedIn

Los casos de éxito y testimonios desempeñan un papel fundamental en la generación de confianza y credibilidad en LinkedIn.

A través de ellos, puedes demostrar tu experiencia y los resultados que has logrado para tus clientes, lo que puede influir positivamente en potenciales compradores y generar interés en tus productos o servicios.

Cómo utilizar casos de éxito para demostrar tu experiencia

Los casos de éxito son historias reales de clientes a los que has ayudado a resolver un problema o alcanzar sus metas utilizando tus productos o servicios.

Estos casos permiten mostrar tu enfoque, estrategias implementadas y resultados obtenidos, brindando pruebas tangibles de tu experiencia y habilidades.

Para utilizar casos de éxito de manera efectiva en LinkedIn, te recomendamos seguir estos consejos:

» Identifica casos de éxito relevantes: Selecciona aquellos casos que sean

afines a tu público objetivo y reflejen los resultados que desean alcanzar.

» Narra la historia de éxito: Utiliza un enfoque narrativo para contar cómo ayudaste a tu cliente a superar un desafío o lograr un objetivo específico. Destaca los desafíos iniciales, las soluciones implementadas y los resultados obtenidos.

» Incluye datos y cifras: Cuantifica los resultados obtenidos en términos tangibles, como aumento de ingresos, reducción de costos o mejora en métricas clave. Esto refuerza la credibilidad de tu caso de éxito.

» Utiliza testimonios: Incluye testimonios de tus clientes satisfechos para respaldar los resultados obtenidos. Estos testimonios pueden ser en forma de citas breves o incluso videos.

Importancia de los testimonios de clientes en LinkedIn

Los testimonios de clientes son opiniones y comentarios positivos sobre tus productos o servicios, escritos o grabados por clientes satisfechos.

Estos testimonios resultan fundamentales para generar confianza y credibilidad en tu marca dentro de la comunidad de LinkedIn. Algunas formas de aprovechar los testimonios de clientes en LinkedIn son:

» Incluir los testimonios en tu perfil: Agrega testimonios destacados en la sección de "Recomendaciones" de tu perfil. Estos testimonios aparecerán como pruebas sociales para respaldar tu experiencia y reputación.

» Compartir testimonios en publicaciones: Publica testimonios destacados en tu feed de LinkedIn y en el de tu agencia para aumentar su visibilidad y alcance. Esto ayudará a que más personas conozcan las experiencias positivas de tus clientes y generen un interés genuino en tu oferta.

» Utilizar testimonios en mensajes de seguimiento: Cuando entables conversaciones con potenciales clientes, aprovecha la oportunidad para compartir testimonios relevantes que respalden tus capacidades y resultados. Esto puede ayudar a establecer confianza desde el principio.

Uso efectivo del marketing por correo electrónico en LinkedIn

El marketing por correo electrónico sigue siendo una estrategia poderosa para nutrir leads y fomentar relaciones comerciales duraderas.

En LinkedIn, puedes aprovechar esta estrategia para establecer una comunicación directa y personalizada con tus contactos.

Una forma efectiva de utilizar el marketing por correo electrónico

en LinkedIn es enviar mensajes de seguimiento a tus prospectos después de haber establecido contacto inicialmente.

Comprobación muy importante y poco usual para conseguir un óptimo resultado de tu estrategia de email marketing en LinkedIn

Una vez que estés conectado con el cliente en LinkedIn, accede a la información personal de su perfil y verifica que el correo que tiene en la página corresponde a su correo profesional, porque si utiliza su cuenta de Gmail personal, toda la información que le remitas quizás quede en la bandeja de SPAM de su cuenta personal.

Obviamente si no utilizas el email y te comunicas con él mediante mensajes directos dentro de la red, no será necesario verificarlo, pero debes conseguir sacar fuera parte

de esa conversación con el cliente y poder utilizar también el correo convencional, lo que te permitirá hacer partícipes a más personas de ambas organizaciones de vuestras conversaciones entre otras muchas ventajas.

Conclusiones sobre la venta de viajes en LinkedIn

En conclusión, LinkedIn ofrece numerosas oportunidades para vender viajes de manera efectiva y alcanzar objetivos comerciales en el sector turístico.

Para aprovechar al máximo esta plataforma, es crucial optimizar tanto tu perfil personal como el perfil de tu agencia de viajes.

Para generar leads y cerrar negocios en LinkedIn, es esencial optimizar tu perfil, utilizar los filtros de búsqueda avanzada, examinar las conexiones

de tus contactos y analizar a tu competencia y sus contactos.

El contenido relevante y la participación en grupos de discusión desempeñan un papel fundamental en la generación de interés y confianza.

Los casos de éxito y testimonios son poderosas herramientas para demostrar tu experiencia y generar confianza.

Utiliza LinkedIn como una poderosa herramienta para establecer conexiones profesionales, promover tu marca y ampliar tu red de contactos en la industria de los viajes... y por supuesto para VENDER!!!





Las luchas internas en cualquier agencia de viajes, son el mayor lastre y el problema más complicado de solucionar

Más a menudo de lo que nos gustaría reconocer, las luchas internas acarrear problemas en una agencia de viajes, mucho mayores, de los que consigue crearnos la competencia.

En este artículo (intentando ponerle un poco de humor) os lo relatamos.



Bienvenidos a otra gran jornada pugilística interdepartamental, qué como cada año, tiene lugar en las instalaciones de esta Corporación.

Hoy todas las miradas se centran en el quinto combate del día.

En él, se pondrá en juego el cinturón de campeón, en la categoría de “más de 10 años en la Agencia”.



En el rincón derecho, tenemos a Paquita la de Administración, con 30 victorias consecutivas, 19 de ellas por KO. También llamada “la gripe Española”, porque o te mata profesionalmente o te deja tonto.

Y en el rincón izquierdo, con calzón gris marengo, Luis, el tigre del MICE.

Claro aspirante este ejercicio al título y que ha ayudado a mandar a la cola del Inem, a la mayor parte de los despedidos en el último año.

Todo está preparado para que empiece esta gran velada.

El combate se celebrará a 4 asaltos.
Ya sale María de Mostrador, para anunciar el inicio del combate.



1º Round / Trimestre

La excitación es máxima, nadie de la agencia se lo ha querido perder.

Se han puesto en espera todas las líneas telefónicas y los autorespondedores de las cuentas corporativas de e-mail.

Antes de empezar, el árbitro de la contienda da las últimas instrucciones:

“Nada de golpes personales o de mentar a la madre del otro. Critiquen limpiamente para que podamos ver un buen combate.”

¡Y empieza el primer asalto!

Paquita sale como un ciclón, pidiendo explicaciones del porqué no se han conciliado los saldos y asesta un duro golpe de derechas con el taco de las facturas.

Pero parece que Luis ni se inmuta. Es un verdadero fajador, su entrenamiento anterior en el departamento de grupos de tercera edad, le ha permitido esquivar con un magistral juego de pies, este demoledor golpe.

Ahora es Luis el que toma la iniciativa desviando la atención de Paquita, con varias observaciones capciosas a otros departamentos, mientras “El tigre del MICE”, prepara un demoledor gancho de izquierda. ¡En todos los morros! . Ese golpe ha contactado de lleno y hace retroceder a Paquita casi hasta la esquina de su departamento.

Toda la plantilla enloquece en las gradas, casi no se acierta a escuchar, ni el incesante sonido de las llamadas en espera de los clientes.

Nadie se mueve de sus asientos, ni los del departamento comercial, que han apagado sus móviles, para no ser interrumpidos por la llamada de algún cliente impertinente.

¡Y así finaliza el 1º Round!
Cada uno vuelve a su rincón, para ser atendidos y aleccionados por sus respectivos entrenadores corporativos.

Mientras tanto la dirección de la Agencia, toma buena nota como jueces de la contienda, de los méritos realizados por cada uno en este arranque del ejercicio.



2º Round / Trimestre

Empieza el 2º Round y toda la plantilla enloquece.

Paquita parece tener un corte en la ceja izquierda, que no le han podido cerrar totalmente.

Esperemos que el árbitro de la contienda, no pare el combate y la mande a casa con una baja por depresión.

Ahora se produce un intercambio mutuo de insultos y zancadillas, que hace dividir a la plantilla en las gradas.

Parece que el combate está a punto de trasladarse a todo el recinto.

Y así acaba el 2º Round. Mientras los contendientes vuelven a sus rincones para las vacaciones de Semana Santa, se ha creado un gran revuelo en todo el recinto.

Vamos a averiguar a qué es debido:
“Nos comunican que acaba de filtrarse, el que 3 de los principales clientes de la empresa, han decidido marcharse con la competencia.

Esto no es bueno señores, podría afectar a la continuidad de este torneo.



3º Round / Trimestre
Pero María “la Bella alcahueta corporativa” anuncia el inicio del 3º Round y la gente vuelve a centrarse en el combate, no es momento de distracciones.

Estamos viviendo un enfrentamiento, que será recordado durante muchos ejercicios.

Luis sale cansado en este asalto, parece que sus antiguos roces con el departamento de aéreos, le está pasando factura esta noche.

Esto lo aprovecha Paquita, que con un golpe bajo, a la altura de un “Feedback 360” que le enseñó su último coach, hace caer a la lona a Luis.

¡Increíble!, este podría ser el final de la contienda de esta noche.

Mientras el árbitro de la velada cuenta hasta 10, los jueces debaten entre ellos, si se trata de un golpe ilegal.

Luis se levanta, justo cuando suena la campana del final del asalto.

Ahora tendrá tiempo de recomponerse durante las vacaciones de verano.



4º Round / Trimestre

Llegamos al 4º y último asalto y todo está por decidir.

El intercambio de acusaciones y chismes, ha sido espectacular durante toda la temporada.

Por momentos el público, ha estado a punto de invadir el cuadrilátero, para participar en el combate junto a su púgil preferido.

¡Qué gran noche!. Ambos contrincantes siguen con su abrumador intercambio de reproches, pidiendo explicaciones por todos y cada uno de los movimientos que el otro realiza.

El público no se mueve de sus asientos. Sólo unos cuantos han pedido días por asuntos propios durante algún momento de la velada, por necesidades fisiológicas.

Esto se va a acabar y finalmente el título se decidirá a los puntos.



Ambos han demostrado ser dignos vencedores del trofeo, por lo que los jueces de la competición, lo tendrán muy difícil.

Y Acaba el combate!
Cada uno vuelve a su esquina, a la espera de que los jueces determinen quien ha sido el ganador.



El ruido es ensordecedor en el recinto, parece que cada empleado tiene a su favorito y hasta los del mismo departamento, están casi a punto de llegar a las manos entre ellos.

Lejos quedan ya los comentarios del 2º Round, en los que la gente por un momento, estaba más pendiente de la pérdida de clientes, que del fantástico combate interno que se estaba viviendo.

Parece que los jueces han acabado de deliberar y ya tenemos ganador.

Escuchemos al Speaker:

“En el combate de esta noche, el jurado ha decidido que el ganador es: LA COMPETENCIA”

Decididamente, la comunicación endogámica dentro de la agencia y consumir todos nuestros recursos dentro del micro-mundo de nuestra organización, al único que beneficia es a nuestro competidor.

Conseguir ventas requiere indudablemente el pelear todos los días, pero no con nuestros compañeros, sino con nuestros competidores.

No le hagamos más favores a la competencia, ellos ya tienen suficientes recursos para fastidiarnos el negocio.





El otro Virus que amenaza tu Agencia

Ahora que el Covid parece habernos dejado tranquilos, vuelvo a resurgir una nueva cepa de otras enfermedades persistentes que parecen nunca acabar.

Hoy he hablado con un amigo que trabaja en un edificio contiguo al nuestro y me ha dejado realmente preocupado.

Me cuenta que se ha propagado un virus por las instalaciones de su oficina y que ataca de forma indiscriminada a todo el personal.

El nombre científico del virus es “ingenitae nobilitatis communicatio” y es conocido más popularmente como “el mal de la comunicación endogámica”.

El virus tiene paralizada (de nuevo) a toda la empresa. Pero lo más curioso es que en vez de prescribirles que se queden en casa, les han recomendado que salgan a la calle y que se relacionen con el mayor número de gente posible.

Al parecer es altamente contagioso. Le he pedido que me cuente lo que sepa acerca de la enfermedad, así podremos averiguar si alguien de nuestra empresa presenta los síntomas y podremos atajarlo a tiempo. Me ha relatado algunos de los síntomas que han ido apareciendo en las distintas fases de la enfermedad:



Fase 1.- Incontinencia redactiva

Emails pasados entre personas que están a menos de 2 metros de distancia, con copia a sus responsables de departamento, para ver quien remite una nota de prensa a los clientes.

El resultado fue que 16 personas de 6 departamentos distintos entraron en bucle, y se enviaron un total de 4.096 emails, todos ellos dentro de la organización. Al final nadie remitió copia de la nota de prensa a los clientes.



Fase 2.- Reunionitis Aguda

Tras diversos episodios similares al anteriormente mencionado, los directivos de la empresa cogieron las riendas del asunto.

Informaron por email a cada uno de los 600 empleados de cual era la situación, abriendo una cuenta de email para sugerencias en RRHH y organizando reuniones departamentales para poder aportar unas conclusiones iniciales.

Esto se tradujo en un comité de dirección extraordinario y un memorándum de 100 páginas de obligada lectura para cada empleado.

El resultado fue que 600 personas (incluido el personal de seguridad) invirtieron unas 5.800 horas laborables en debatir y leer las conclusiones previas publicadas.

Aún no está redactado el documento definitivo. Ya que a RRHH llegaron 489 emails de sugerencias que hay que filtrar, consensuar e incorporar al estudio.



Fase 3.- Mutación del Virus

En esta fase de la epidemia, la cepa del virus mutó en diversas versiones, algunas de ellas fueron:

Administración remitía 6 emails por servicio al departamento de producción con indicaciones de cómo sería mejor que cerrasen los expedientes. (se congeló la facturación de la empresa hasta definir y unificar en un solo proceso toda la gestión operativa).

Producción exigía a comercial una reunión semanal, que finalmente se convirtió en diaria, para definir un coste y condiciones unificado a todas las ofertas que se presentasen. (Durante 90 días no se presentó ninguna oferta esperando la decisión y se suspendieron las visitas a nuevos clientes).

Tras 20 días laborables completos invertidos en auto-argumentarse, también las 11 personas del departamento de marketing se sumieron en una profunda depresión. El motivo fue el discernir si era mejor enviar las promociones a sus clientes semanal o mensualmente. (Nadie le preguntó a ningún cliente ni investigó como lo hacían sus competidores).



Fase 4.-Auto-Competencia

Todos los departamentos, con sus jefes a la cabeza, estaban convencidos de que había una conspiración judeo masónica contra ellos dentro de la empresa. Como ejemplo, me contaba que entró un nuevo trabajador al departamento de calidad y cuando preguntó quién era la competencia, dijo que eran los de RRHH, que se lo tenían muy creído. (Se dejó de investigar que hacían el resto de empresas del sector y de aportar mejoras a la calidad del servicio).

Conclusión

Después de la conversación con mi amigo, he llegado a la conclusión de que nosotros también hemos cogido el virus. Además, si me pongo a pensar, posiblemente la infección alcanza a casi todas las empresas que conozco en mayor o menor medida.

Invertimos el tiempo de forma endogámica. Consumiendo la mayor parte de nuestro esfuerzo en comunicaciones intraempresa que no aportan valor al negocio.

Si nuestra productividad está en gestionar a clientes y proveedores, ¿Qué hacemos invirtiendo casi todos nuestros recursos en interacciones internas? “Para frenar el virus, han puesto en marcha un antídoto experimental y me gustaría saber si pensáis que puede funcionar”



Posología y Uso

Cada comprimido contiene: sentido común, escucha activa, eficacia y eficiencia. Administrar dosis diarias de información sobre los requerimientos que demandan los clientes, provocando una escucha activa en la empresa, que genere respuestas adecuadas a quien realmente importa que es el cliente. La dosis debe ser igual para todos los departamentos: ventas, compras, gestión...

En las reuniones interdepartamentales, añadir a discreción información recibida directamente de clientes y proveedores, basando los encuentros en alcanzar la forma más eficaz de obtener los resultados que estos precisan.

Abstenerse durante la jornada laboral de generar actividades y actitudes personalistas que no contribuyan al bien mayor de la organización. La dosis de tratamiento dependerá de la variedad y severidad de la enfermedad y de la respuesta individual del paciente.

En aquellos departamentos cuya labor sea de carácter interno, se deberá incluir en el tratamiento un complemento adicional (10 mg de realidad del mercado).

Conservación del medicamento: Mantenerlo en lugar seguro, lejos del alcance de la competencia.

No requiere medidas de control interno para nadie de la organización.

HUMOR TURÍSTICO

Diario de abordo: los alienígenas se agolpan en la escotilla...

Mariano, quieres abrir ya la agencia !!!

soloagentes

Recuerda que en la Venta el cliente es el Rey
... pero no todos se merecen ser clientes.

soloagentes

Donde narices estará el apartamento que reservé por Internet...

soloagentes

Por décima vez, del IMSERSO no sabemos nada hasta Septiembre.

soloagentes

No reconozco "destino flipante"
Por favor, acuda a una Agencia de Viajes.

"Creo que ha salido un Fam para Costa Rica en Agosto"

YO...

soloagentes

PRODUCTO SUJETO A LAS
SUBVENCIONES DE KIT
DIGITAL PARA PYMES

KIT
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis

WEB

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.



Más información en
www.orbisweb.es

La gestión comercial
para agencias de viajes
líder en España, con
servicio en la nube

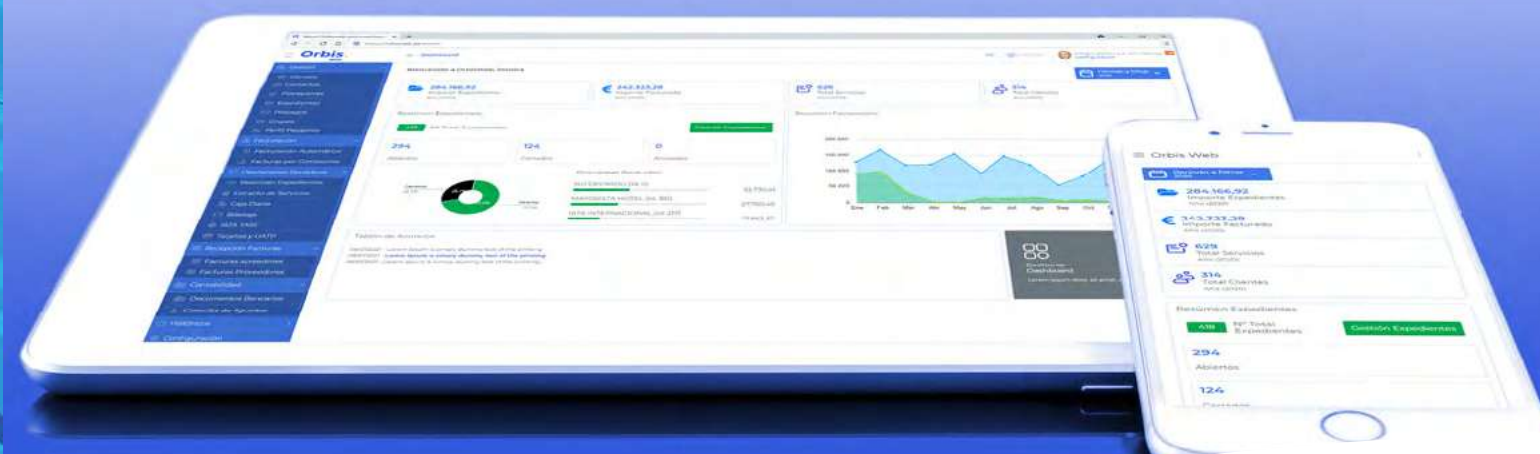
Flexible y escalable

Con las licencias de Orbis WEB se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- Acceso remoto a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en tiempo real.
- Protección de datos.
- Copias de seguridad diarias.
- Asistencia telefónica.
- Siempre actualizado a la última versión.



Pipeline
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es

*sólo*agentes

e-Magazine para Agentes de Viajes



PARA CLÁSICOS PROFESIONALES DEL SIGLO XXI
