		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

El passat dijous, 25 de Febrer, vàrem assistir a un seminari tecnològic organitzat per UCAVE (Unió Catalana d'Agències de Viatges Emisores) a l'hotel HC Barcelona Center.

El motiu de la trobada era per donar a conèixer als diferents associats, la importància de la presència a internet i de les diferents eines que existeixen per a fer-ho possible.

ESTIBER VIATGES (Venta on-line)

El primer ponent fóu Esteve Estapé, fundador i propietari de Viatges Estiber. L'empresa, especialitzada en la venda de paquets d'esquí disposa d'una web amb capacitat de venda on-line. Aquesta web està enfocada a l'esquí i s'està treballant per integrar altres productes com són la BTT i el buceig.

La ponència va començar amb la següent frase: "...a través de la web s'han incrementat un 50% les ventes, no saps com, però la gent entra i compra...".

La web està feta amb JOOMLA, un gestor de continguts (CMS) que permet de manera senzilla el manteniment dels continguts de la web per part dels usuaris de l'oficina. Això fa que la web sigui dinàmica i fàcil de mantenir.


La clau de la web està en un bon posicionament als cercadors com Google, un posicionament que s'aconsegueix amb el temps i uns preus molt competitius. Aquests preus s'aconsegueixen amb negociacions directes amb els hotels. Els preus els publiquen els mateixos hotels mitjançant eines desenvolupades específicament per a ells.

A través de la web es permet fer el pagament total de la reserva o pagament a compte acomplint uns mínims. Es poden realitzar tants pagaments a compte com es vulgui, sempre i quan es facin abans de la sortida del viatge.

És important que a la web es presentin les condicions de viatge per tal de deixar clar en tot moment quines són les penalitzacions per cancel·lació i/o modificació de reserves, documentació necessària per la contractació, responsabilitat, etc.

El client efectua la reserva a través de la web i se li facilita un nom d'usuari i contrassenya amb els quals podrà fer el pagament de la reserva més tard i la impressió del bonus dels serveis.

A través d'una pasarel·la de pagament amb Cyberpack, eina de pagament facilitada per l'entitat "La Caixa", s'assegura que el pagament es realitzi de manera segura, fent responsable a l'entitat bancària en cas de tarjetes fraudulentas.

		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

La web ha incorporat recentment un cercador d'ofertes amb la qual cosa es facilita trobar aquest tipus de promocions de manera fàcil i ràpida.

L'empresa realitza promocions puntuals per a grups.
 Les eines de marketing que s'utilitzen són la ràdio i ad-words (publicitat a Google). Esteve fa la reflexió de què s'amortitza molt més la publicitat a internet que a la ràdio i que és molt més barat en conseqüència.

Un punt a destacar és que l'empresa disposa d'un enginyer informàtic en plantilla, el qual s'encarrega de fer les modificacions tècniques necessàries a la web (no carrega preus ni continguts) per tal de què funcioni correctament i no hi hagi falles.

Un altre punt fort és que els preus de la web són més barats que si es contracta el mateix servei a l'oficina física. Si un client reserva per web i realitza el pagament a l'agència física s'el penalitza.

La web disposa d'un accés per a grups amb un nom d'usuari i contrassenya, així es té accés a una àrea restringida amb promocions especials d'hotels i preus.

Tota modificació o cancel·lació es realitza per telèfon, així s'evita afegir complexitat al procés de reserva per internet.


Cal remarcar que Viatges Estiber està especialitzat en el sector neu. Disposen de **producte propi** negociant amb hotels i estacions d'esquí, la qual cosa els aporta uns coneixements i preus molt competitius.

INTERNET (Mitos y Leyendas)

El segon ponent fou Liberto Giménez de l'empresa CIM ADVENTURE (esports10.com), especialitzada en turisme actiu.

La seva exposició defensava la convivència del model tecnològic amb la de la presència física tradicional.

Les eines web no poden ser només automatitzades al 100% sinó que cal una interacció amb les persones, és a dir, cal que el personal de les agències fagi un manteniment de les eines.

		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

Quan es parla de la presència on-line (a internet) no només es parla de tenir una web, sinó de l'ús d'altres eines com poden ser:

- Foros
- Xarxes Socials
- RSS
- Blogs
- Newsletter

El ponent destacava de la importància de buscar aliances amb altres per assolir béns comuns. Aquestes aliances poden ser amb altres agències minoristes del sector o empreses de tecnologia de manera que es redueixen les inversions de capital i temps.

L'empresa juntament amb una altra empresa tecnològica va desenvolupar l'eina **TRAVELBIEN.COM**.

Aquesta eina va ser especialment desenvolupada per a Viajes Sonoma (www.sonoma.es) i la finalitat és la de fidelitzar als clients oferint-los la possibilitat de fer autoreserva i facilitant la integració amb els seus sistemes informàtics en quan a la facturació.

Amb eines com aquesta s'aconsegueixen els següents beneficis:


a) per l'agència emissora:

- Fidelització de clients
- Imatge de modernitat
- Reducció de costos per reserva
- Tarifes on-line a temps real

b) per l'empresa client:

- Estalvi en viatge
- Integració de les dades de la reserva de manera automàtica
- Consulta i reserva des de qualsevol punt on-line

Una de les frases que més em va cridar més l'atenció va ser "**Renovar-se o Renovar-se**". Estem en un moment de canvis i cal aprofitar aquesta situació per reformar-se i apostar per noves idees i treballar fort per sobreviure, ja que no estem disposats a morir.

		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

Nova aplicació d'UCAVE (TRAVELIDEAS)

L'últim ponent del primer bloc va ser Matías Puga de l'empresa Travelideas (empresa tecnològica especialitzada en el sector turístic).

La intervenció va ser curta però no per això menys important, doncs es va presentar una eina on-line que serveix per compartir “cupos” amb la resta d'associats d'UCAVE.

Mitjançant una senzilla eina web, s'oferten els cupos disponibles amb la resta d'associats de manera que ajuda a l'empresa minorista a donar sortida als cupos que no ha pogut vendre amb un plaç determinat.

Albert Fradera (ONE TO ONE)

Després del coffee break, el primer ponent del segon bloc va ser l'Albert Fradera com a director de l'empresa de comunicació i marketing One to One (www.1to1.es).

La ponència va començar amb la presentació d'un cas d'èxit anomenat “The Yacht Week” (www.theyachtweek.com). Aquest és un projecte iniciat per dos joves suecs que moguts pel seu afan de navegar amb veler, van crear una web amb la qual s'ofereixen serveis d'una setmana de veler a baix cost.


La web utilitza vídeos promocionals editats pels mateixos clients, d'aquesta manera s'aconsegueixen vídeos dels diferents experiències que ofereixen sense tenir que pagar elevats preus per aquest tipus de muntatges. Si els clients són prou bons com per realitzar vídeos promocionals impactants i interessants, l'empresa els recompensa amb una setmana de veler gratuït.

La web és un exemple de com es forma una comunitat d'usuaris al voltant d'un projecte web, en el qual els diferents clients opinen sobre els vaixells o destins que més els hi han agradat.

L'Albert feia la reflexió de què *no només es tracta de vendre*, sinó que cal crear comunitats, aconseguint d'aquesta manera que el client ens tingui sempre presents.

Ens cal aportar beneficis al client, un beneficis que es classifiquen de la següent manera:

- *Beneficis Emocionals:* entenem com a beneficis emocionals aquells que permeten dir als clients, quelcom bò sobre ells mateixos com a conseqüència de contractar els nostres serveis. Conectar emocionalment amb el client és una bona maera per aconseguir-ne la fidelització.

		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

- *Beneficis Econòmics*
- *Beneficis Estructurals*

L'Albert va fer la comparació desl tres tipus de beneficis amb un taburet de tres potes. Si falta alguna de les potes el taburet no fa la seva funció.

Cal convertir-se amb un servei "imprescindible" pel client si no volem passar a ser un servei "supérflu".

La fòrmula guanyadora és apostar per les tecnologies com a eina per a donar un valor afegit a la nostra empresa i aconseguir crear aquesta comunitat amb el client.

Una de les possibles aplicacions seria la següent:
CRM (Customer Relationship Management) + WEB transaccional + Vídeo

Els sistemes CRM s'utilitzen com a eines per recollir la màxima informació possible dels clients, de manera que en tot moment coneixem les seves necessitats i d'aquesta manera ens podem adelantar a una possible oferta i millorar la qualitat de l'atenció.

A l'actualitat existeixen eines de marketing que ens faciliten molt el seguiment del client i en tot moment ens permeten de conèixer les seves necessitats i el recorregut que fan per la nostra web (Google Analytics, ReMarketing en fase BETA).

Es va remarcar la importància de formar part d'un equip de treball amb personalitat i proactiu, amb actituds de neguit enfront a les possibilitats de negoci.


Per acabar, cal llançar-se i fer-ho...DO IT!

Potencia tu negocio turístico con las redes sociales (PRESTIGIA ONLINE)

Verónica Aimar, de Prestigia Online, ens va fer reflexionar sobre l'ús de les xarxes socials com a eina per potenciar el negoci i crear comunitats entorn al nostre negoci.

Actualment existeixen multitud d'eines que faciliten la interacció amb els diferents professionals del sector...un dels exemples era **minube.com**, un portal de viatgers on els usuaris col·laboren activament aportant la seva experiència pel que fa a un destí, hotel, etc.

Altres referències van ser tripadvisor (opinions d'hotels), buzzturistic (bloggers de viatges), etc.

		Tema: Seminari Tecnològic UCAVE. Internet un mite?
Asistents: Josep Carrizo, Josep Carrizo Jr.		Data: 25 de Febrer de 2010

Cal provar, inventar, re-inventar i tornar a intentar fins que s'aconsegueixi la fórmula màgica, tot i que no existeix una fórmula màgica sinó unes actituds màgiques.

Aplicacions informàtiques adaptades a la micropyme (Marc Garcia, CRT GESTIÓN)

L'últim ponent fou Marc Garcia, en representació de l'empresa de tecnologia i marketing especialitzada en serveis turístics CRT Gestión.

La seva reflexió era la d'apostar pel producte propi de la petita agència de viatges, d'aquesta manera s'aconsegueix una clara diferenciació de la competència.

La constant formació del personal en termes informàtics és un dels altres punts a tenir en compte, donat que els coneixements que acostumen a haver-hi no estan a l'alçada del que requereix el sector.

CONCLUSIONS PERSONALS

La jornada va ser molt interessant, per una banda els ponents van animar en tot moment a apostar pel canvi i a apostar per noves maneres de fer, recolzant-nos amb les tecnologies de la informació, en aquest cas internet.

Les actituds proactives amb un bon grup de treball són la clau de l'èxit, no n'hi ha prou en ser un simple operador sinó que cal donar un valor afegit a la contractació d'un viatge o servei.

Cadascun dels ponents va destacar la importància del producte propi per diferenciar-se de la resta de la competència.

No només hem de vendre producte, sinó que el servei s'ha de convertir en un referent per l'empresa. Cal cuidar al client aportant-li quelcom més que un viatge, una experiència.