

Le voyage d'affaires, une affaire de proximité

Retour sur les facteurs de la success story de Globéo Travel



Paris, le 27 octobre - L'agence de voyages d'affaires Globéo Travel poursuit son développement comme une véritable success story. Créée en 2006 par Grégory Mavoian et Laurent Brillant, passionnés par le secteur, ils prirent la plus belle décision de leur vie en décidant d'insuffler plus de proximité dans la gestion des déplacements professionnels.

Dès ses débuts l'agence brisa les codes des agences traditionnelles du secteur au travers de la technologie en investissant dans des outils innovants et dans l'humain. Comme se souvient à ses débuts Grégory Mavoian directeur général de Globéo Travel *"Nous souhaitons mettre à disposition le meilleur de la technologie aux côtés d'une relation sans égale pour répondre aux besoins de l'entreprise. Ceci nous a rapidement permis simplifier les réservations pour nos clients sur des tâches à faible valeur ajoutée et de libérer du temps à nos équipes pour apporter un service personnalisé basé autour de l'humain."*

Grégory et Laurent, ont toujours eu pour constat la vision d'un marché dont les agences partagent les mêmes objectifs d'optimisation des dépenses et de la qualité, sans pour autant personnaliser l'accompagnement ainsi que le rôle de conseil de l'agence. De plus selon eux il n'existe pas de réelle proximité et de compréhension du besoin client. Cette démarche si cruciale est depuis un fondement chez Globéo Travel et s'accorde avec une offre d'une grande flexibilité pour répondre le plus exactement possible aux besoins de l'entreprise cliente et de ses voyageurs.

En effet la relation entre l'acheteur, le voyageur et l'agence est complexe car les objectifs peuvent ne pas être alignés. En amont c'est une réelle chaîne de valeur dont l'agence doit prendre soin. Depuis le choix du fournisseur jusqu'aux préférences du voyageur, en passant par la stratégie d'achat de l'entreprise, l'agence doit mettre en place des processus qualité qui devront répondre aux exigences du client. C'est pourquoi Globéo Travel se positionne avec un service hautement personnalisé qui lui a permis de se démarquer au fil des années. L'humain est au coeur des attentions et pour cela l'agence s'engage depuis ses débuts dans un accompagnement global de la gestion du voyage, du conseil stratégique, au choix de technologies innovantes en passant par des équipes dédiées qui prennent en considération non seulement les habitudes des voyageurs mais également l'expérience utilisateur.

De plus, Globéo Travel travaille sur le développement de leur propre outil en complément de ceux existants sur le marché pour apporter une expérience client différenciante. Résolument tournée vers l'innovation la solution MyOverview répond au manque de collaborativité dans la relation client/agence et propose de mesurer la "qualité" sous forme de performance sur toute la chaîne de valeur (client, agence, fournisseur). On passe ainsi de la perception à la réalité et on introduit la notion d'amélioration continue.

En appliquant cette démarche, la petite agence de 2006 compte bientôt plus de 100 collaborateurs, développe sa propre technologie, ouvre de nouvelles antennes et s'engage profondément dans son milieu professionnel.

Globéo Travel, la timeline du succès d'une agence indépendante :

Dès 2007 Globéo Travel procède au rachat de Lotus Voyages et s'introduit dans le réseau Manor (Manor est l'un des 1ers groupements professionnels d'agences de voyages spécialisées dans les voyages d'affaires) pour accompagner son développement.

En 2009 l'offre et la démarche séduisent, 15 collaborateurs rejoignent les équipes et une certaine cohésion naturelle permet de générer de nouveaux axes de développement, notamment autour de l'offre technologique.

En 2012 Globéo Travel travaille avec l'ensemble des SBT du marché, et lance sa première solution end to end.

En 2015 Globéo Travel perce littéralement le marché et génère 80 millions de volume d'affaires et atteint un effectif de 72 salariés. Grégory et Laurent affirment leur engagement dans le secteur, l'un en prenant la présidence de la commission Développement, l'autre en intégrant la commission Transport du réseau Manor et en rejoignant l'AFTM.

Fin 2016 Globéo Travel atteint un effectif de 100 salariés et lance sa technologie MyOverview qui permet d'analyser et mesurer en temps réel la qualité sur tous les aspects de sa relation client. La technologie permet donc de mesurer et de restituer des KPI sur les différents incidents survenus afin de :

- Le taux d'incident agence, fournisseurs, client
- Le taux d'incident par typologie de prestation
- Noter en continu les équipes avec lesquelles vous collaborez (plus vous appréciez un conseiller, plus vos demandes seront traitées par celui-ci)
- Contrôler l'impact financier, la fréquence et les typologies associées,
- Mesurer la réactivité de la réponse apportée,
- Clarifier la responsabilité des partenaires
- Déclencher un processus d'amélioration continue avec l'ensemble des partenaires

Pour 2017, Globéo Travel ouvrira une nouvelle structure située à Nantes et compte recruter 30 personnes.

Contact Presse

Travel Insight
Célia TICHADELLE
celia@travel-insight.fr
+ 33 6 62 24 96 42