

Guia de viagem em território desconhecido

Seis táticas para o crescimento
pessoal e do programa



Em parceria com





Você sabe o que está enfrentando

Não é surpresa que as viagens estejam no ar há alguns anos, e o ar tem sido bastante difícil. Forças de mercado voláteis e incontrolláveis, desde escassez de colaboradores e estabilidade do fornecedor até custos crescentes e temores de recessão, dificultaram a gestão de qualquer programa de viagens em qualquer nível.

As crescentes expectativas dos colaboradores têm colocado maiores demandas em sua organização, e como os viajantes estão dispostos a recusar uma viagem ou parar completamente se a viagem não atender a essas expectativas, sua organização está colocando maiores demandas em você. Sua empresa precisa de maior visibilidade do que você está fazendo, eles querem saber o valor do seu programa, eles querem um ROI tangível, e, como todos em sua organização, querem um foco maior na segurança. Tudo, é claro, enquanto prioriza práticas sustentáveis e esforços de DEI (diversidade, equidade e inclusão).

Acrescente a isso os crescentes obstáculos operacionais que você está enfrentando: Fazer com que os viajantes voltem a fazer reservas online, lidar com orçamentos reduzidos, tentar manter a tecnologia antiga funcionando e gerenciar um ambiente de trabalho em qualquer lugar.

A conclusão é: As viagens corporativas mudaram e, para assumir uma função de liderança, você também precisa mudar.

1 Atualize para a diretoria

Como gerente de viagens, você está se tornando um componente muito mais influente e estratégico dos planos de recuperação e crescimento dos negócios. Simplificando, seu diretor executivo (CEO) e diretor financeiro (CFO) precisam que seu programa seja eficaz, porque eles estão contando com viagens para impulsionar o desempenho dos negócios.

Com esse aumento da exposição de executivos cada vez mais interessados, é importante que você demonstre claramente um forte comando do seu programa. Isso começa alinhando as metas do programa de viagens com as metas de governança da sua organização, dando confiança aos executivos, demonstrando como você atingirá os objetivos deles.

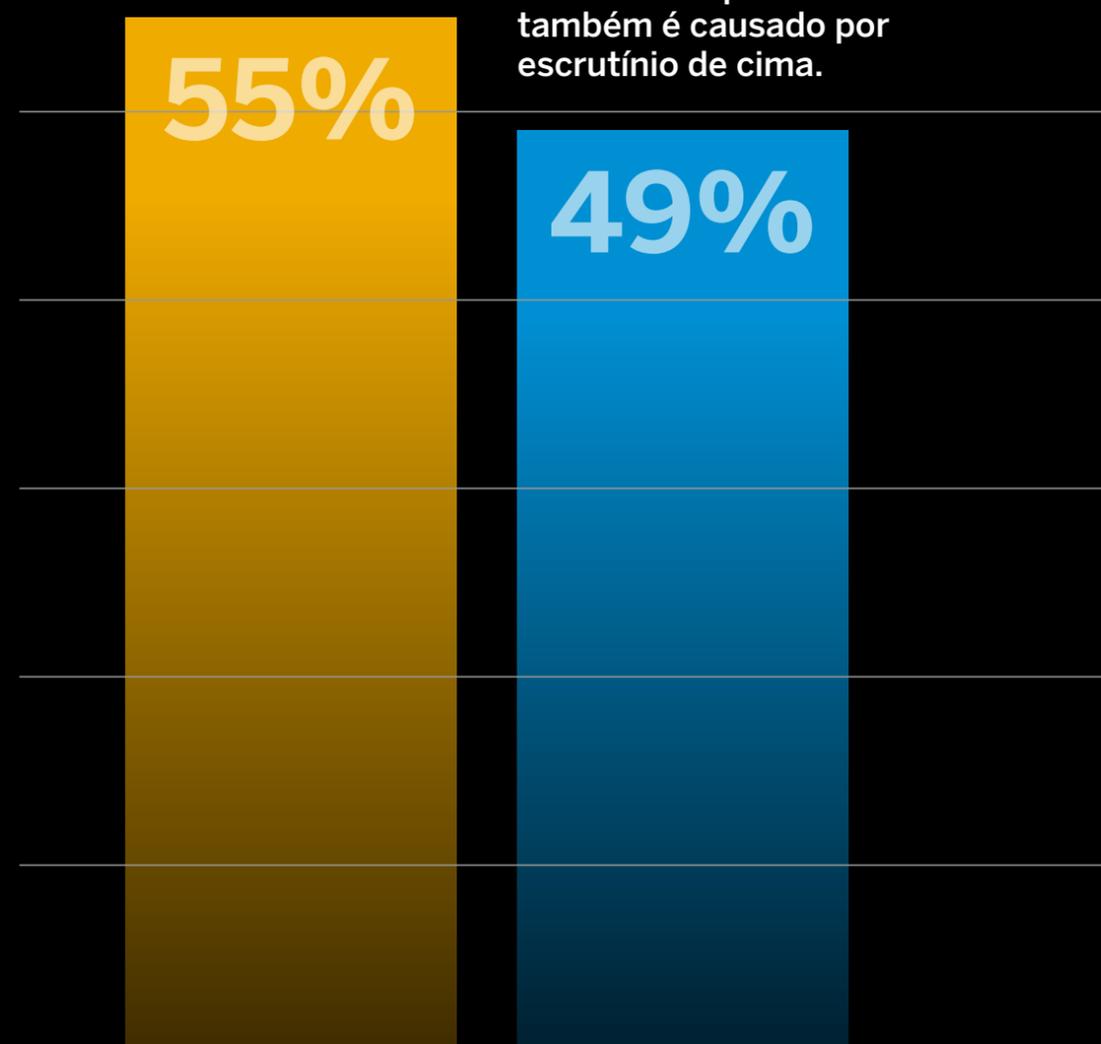
À medida que avança, você vai querer identificar quatro ou cinco referências importantes da saúde do seu programa de viagens e, em seguida, compartilhá-las com a diretoria de uma maneira clara e convincente, e fazer isso regularmente. Ter dados com os quais você pode contar, entender e compartilhar facilmente com a liderança será fundamental para demonstrar valor.

“Esperamos que o papel dos gerentes de viagens se torne muito mais influente e estratégico no cumprimento dos planos de recuperação e crescimento dos negócios à medida que a atividade de viagens aumenta sob o olhar mais atento dos diretores financeiros e diretores executivos.”

~ Chefe de ESG e Sustentabilidade de CTM, John Nicholls

55% dos gestores de viagens dizem que seu trabalho já está tão ou mais estressante do que no ano passado.

49% dizem que o estresse também é causado por escrutínio de cima.



“Esta é uma oportunidade empolgante para os gerentes de viagens assumirem um papel significativo na condução do desempenho dos negócios por meio do desenvolvimento eficaz de programas de viagens, que apoia todas as áreas de negócios, incluindo objetivos de sustentabilidade para o desempenho social ambiental.”

~ *Chefe de ESG e Sustentabilidade de CTM, John Nicholls*



2 Busque o conforto e flexibilidade

A economia está em constante fluxo; novamente, isso não é surpresa para ninguém no mundo das viagens. Mas à medida que os custos vão além das expectativas, os protocolos de segurança mudam e o fornecimento para sem aviso, a flexibilidade e a tomada de decisão rápida, mas ponderada, se tornam a chave para a resiliência.

Como você mantém essas mudanças sob controle? Aqui estão alguns exemplos rápidos:

- Se você ainda não estiver fazendo isso, examine suas políticas e programa com mais frequência. Dados em tempo real e painéis inteligentes permitem medir e gerenciar seu programa semanal, mensal e trimestralmente. Então, se as companhias aéreas não estão aumentando a capacidade, você sabe o que fazer. E se novas restrições de saúde e segurança entrarem em jogo, você estará pronto.
- Também é importante ficar atento à sua TMC para obter informações sobre os próximos requisitos da companhia aérea, orientações sobre reservas de companhias aéreas que têm menos probabilidade de serem afetadas pela mão de obra, avaliações de hotéis e sua capacidade de atender seus viajantes.

A flexibilidade desse tipo se resume ao planejamento em períodos mais curtos; novamente, em vez de planejar com um ano de antecedência, considere um trimestre de cada vez.

3 **Elabore um plano para escassez de mão de obra**

À medida que os viajantes percorrem as estradas, trilhos e céus, eles se deparam com perguntas, e, muitas vezes, esquecem como encontrar as respostas. Como resultado, você pode estar vendo um aumento nas chamadas para sua TMC, chamadas que levam ainda mais tempo de equipes reduzidas.

Companhias aéreas, hotéis e TMCs continuam a adicionar colaboradores, mas a lista de pendências não desaparecerá tão cedo. Enquanto isso, aqui estão algumas coisas que você pode fazer para manter seus viajantes em movimento:

- Considere comunicações e campanhas que levem os viajantes a reservar on-line e para outros recursos de autoatendimento, reduzindo chamadas desnecessárias para seu parceiro de TMC.
- Acesse sua TMC para obter recursos dedicados, para que os viajantes possam obter melhor suporte mais rapidamente.
- Aprimore sua experiência de reserva on-line para que os viajantes obtenham respostas antes que se transformem em perguntas.
- Aproveite todas as oportunidades para educar seus viajantes sobre o que há de novo e o que vem a seguir.

Quanto mais seus viajantes puderem cuidar sozinhos, menos você terá que confiar em TMCs sobrecarregadas e menos tempo levará para reservar uma viagem.





4 Adote a tecnologia do futuro

Agora é a hora de ser proativo sobre a tecnologia que está abastecendo (ou tentando abastecer) seu programa. Ela está desatualizada? Ela é capaz de acompanhar as mudanças rápidas no setor de viagens? Ela é capaz de acompanhar as mudanças no setor de tecnologia?

Tão importante quanto isso, você é capaz de evitar fornecedores de tecnologia que fazem grandes promessas com pouca clareza?

Mesmo com as equipes de tecnologia mais avançadas, pode ser difícil saber o que fazer. Então, ao traçar seu caminho para o futuro, procure soluções que permitam:

- Acessar o portal da sua TMC para todas as viagens, oferecendo aos viajantes um lugar para ir em busca de tudo o que precisam.
- Empregar ferramentas baseadas em IA e Machine Learning para que elas possam fazer mais do trabalho para você e ficar mais inteligentes ao longo do caminho.
- Manter-se atualizado sobre o que está acontecendo no mercado, para que você possa estar sempre alinhado com os especialistas do setor.
- Personalizar cada experiência de viagem para que todos os viajantes obtenham exatamente o que precisam, incluindo recomendações baseadas em suas preferências e políticas.

Tecnologias inovadoras como essas podem mantê-lo atualizado com os viajantes em várias frentes. E, ter uma variedade de canais de comunicação em tempo real (do Yammer ao Slack e ao Microsoft Teams) por voz, SMS, e-mail, bate-papo e ferramentas internas, funciona como um fórum de experiências de viagem para melhorar o tempo dos colaboradores na estrada.

5 Lidere seu programa com paixão

Experiências no local de trabalho nunca foram tão importantes para os negócios, elas são essenciais para atrair e reter talentos, mesmo quando os grupos de talentos continuam a evaporar. E, quando se trata de guerreiros da estrada, a experiência de viagem é igualmente importante.

Se reserva após reserva e viagem após viagem são uma dor de cabeça para os viajantes, isso pode significar a diferença entre permanecer em um emprego ou procurar um novo.

O que você pode fazer para mostrar aos viajantes que seus melhores interesses são sua prioridade?

- Crie uma maneira consistente de ouvir: Use ferramentas digitais para capturar sentimentos, entender a motivação e identificar qualquer atrito e problemas em seu programa de viagens, políticas de viagem e as ferramentas que os viajantes estão usando.
- Sente-se com o RH para entender seus objetivos e estratégias para atrair e reter talentos. Certifique-se de que seu programa de viagens esteja alinhado com essas metas e seja transparente em relação às prioridades e feedback dos colaboradores.

Não se trata apenas de liderar seu programa de viagens, trata-se de levar a empresa adiante. E a melhor maneira de fazer isso é continuar voltando aos seus colaboradores.



3 em cada 5 viajantes a negócios estão insatisfeitos com sua frequência de viagem atual.



Quase 1 em cada 4 deles diz que procurará um novo emprego se a programação de viagem não melhorar.

Pesquisa de viajantes de negócios global da SAP Concur 2022



94% dos viajantes de negócios estão buscando tomar suas próprias medidas para garantir viagens mais ecológicas nos próximos 12 meses.²

72% das empresas e suas partes interessadas em programas de viagens estão interessadas em saber mais sobre viagens sustentáveis, especialmente estratégias de sustentabilidade da cadeia de suprimentos.¹

24% recusariam uma viagem a negócios se fosse necessário usar opções de viagem não sustentáveis.²

6 Posicione-se como líder de sustentabilidade e DEI

Questões como sustentabilidade e DEI (diversidade, equidade e inclusão) são importantes para todos, desde acionistas e colaboradores até reguladores e a comunidade em geral.

Se você liderar, superando os padrões de sustentabilidade, garantindo que mulheres e viajantes LGBTQ+ estejam seguros e apoiados na estrada, fazendo o que for preciso para entender as necessidades de viajantes diversos, as pessoas recompensarão você com fidelidade.

- Organize grupos de foco com partes interessadas em sustentabilidade para alinhar seu programa de viagens com prioridades de sustentabilidade corporativa, estratégias de DEI e KPIs.
- Converse com parceiros fornecedores para ver como eles estão gerenciando a sustentabilidade, para que você possa incorporar seus sucessos em seu programa.
- Construa sua base de fornecedores de viagens para incluir organizações pertencentes a mulheres e minorias, e incentive seus fornecedores de viagens atuais a obter relatórios claros sobre seu compromisso com DEI.
- Eduque a si mesmo e à sua equipe sobre as necessidades específicas de vários grupos. A comunidade LGBTQ, por exemplo, exige mais informações sobre os bairros que visitarão, os riscos que enfrentam e a aceitação de como se identificam.
- Faça parceria com companhias aéreas comprometidas com a neutralidade de carbono e combustível de aviação sustentável (SAF) e facilite o uso de compensações de carbono para reduzir o impacto de suas viagens.

Fazer a coisa certa para a sua equipe e para o planeta fará do seu programa de viagens um exemplo a ser seguido.

¹ Pesquisa global de clientes de CTM de 2022

² Relatório de viajantes de negócios global da SAP Concur de 2022

Viajar pode levar sua empresa a qualquer lugar

A estratégia substituiu a sobrevivência na lista de afazeres do líder de viagens. Portanto, reserve esse tempo para moldar o que vem a seguir, mostrar o que você realizará no próximo ano e liderar não apenas um grupo de guerreiros da estrada, mas sua empresa como um todo.

E reserve um minuto para ver como as [soluções de viagem SAP® Concur®](#) podem ajudá-lo a chegar lá.



SAP Concur **Partner**

