

Pressões dos colegas

Sete desafios de viagem e as estratégias que seus colegas estão usando para abordá-los





Você não está sozinho

O melhor da comunidade de viagens é que ela é uma comunidade, um grupo de pensadores que gostam de aprender uns com os outros. Então, quando há um desafio, você tem colegas com quem pode contar.

Conversamos com esses contemporâneos, nossos clientes e parceiros da SAP® Concur®, juntamente com alguns especialistas internos, para descobrir quais desafios de viagem eles estão enfrentando atualmente e, mais importante, como estão gerenciando-os. **Aqui está o que aprendemos.**

Preparando-se para a NDC



NDC. Três letras simples que estão causando um estresse significativo (e alguma confusão) no mundo das viagens de negócios. Elas significam nova capacidade de distribuição (New Distribution Capability, NDC), mas, na realidade, isso não é tão novo.

Proposta pelas companhias aéreas e liderado pela International Air Transport Association (IATA), a NDC é um padrão de transmissão de dados baseado em XML criado há mais de dez anos para ajudar as companhias aéreas a melhorar a distribuição de conteúdo. Para deixar claro, a NDC não é uma plataforma on-line, é um formato de dados para companhias aéreas, provedores de tecnologia, empresas de gestão de viagens (travel management companies, TMCs) e empresas, sem as limitações dos canais de distribuição tradicionais. A NDC teve como objetivo mudar a forma como as companhias aéreas apresentam seus produtos aos clientes, permitindo o varejo mais eficaz e personalizado das companhias aéreas e criando tarifas flexíveis com base em quem está pesquisando serviços das companhias aéreas. Como a Associação Internacional de Transporte Aéreo (International Air Transport Association, IATA) não forneceu o código necessário para permitir essas metas, as companhias aéreas têm diferentes estruturas de formato, o que gerou muita confusão e consternação na indústria de viagens.

Preparando-se para a NDC

Como isso afeta você? Você deve esperar ver economias de custo e conteúdo mais rico ao longo do tempo, além de maior transparência dos dados da NDC, para ajudar a gerenciar seu programa.

Embora a adoção da NDC tenha crescido, ela foi acelerada pelo anúncio da American Airlines de que está removendo conteúdo dos canais de distribuição tradicionais, e as organizações devem se conectar à NDC para receber acesso total ao conteúdo de terceiros da companhia aérea. Antes dessas pressões da American e de outras operadoras legadas, a transição para a NDC era lenta, porque a mudança é cara, complexa e sem modelo específico para implementação.

O impulso da NDC vem com uma variedade de opções e perspectivas, mas o mais importante é que os líderes de viagens trabalhem juntos no interesse de seus negócios, garantindo que os viajantes tenham acesso a todo o seu conteúdo em conformidade com as políticas.

Isso requer paciência.



Na SAP Concur, estamos ajudando as empresas a fazer a transição em um ritmo que faz sentido para elas, fazendo movimentos em várias frentes para oferecer:

- Uma conexão com APIs da NDC de companhias aéreas por meio do Concur **Select Access**, bem como suporte para clientes que precisam de acesso imediato a conteúdo que foi removido ou não está disponível no GDS.
- [Concur® TripLink](#) como uma forma das companhias aéreas oferecerem seu melhor conteúdo de canal público disponível, outra maneira dos viajantes comprarem em sites/ aplicativos de companhias aéreas e uma maneira dos tomadores de decisão de viagens realizarem descontos corporativos e capturarem dados de dever de diligência.

Preparando-se para a NDC

Conselho para os líderes de viagens:

Roger Hale, diretor executivo e presidente da empresa de gestão de viagens (travel management company, TMC) ADTRAV, diz que o maior equívoco sobre a NDC é que ela está pronta para funcionar e funcionará perfeitamente em todos os cenários desde o início. Com base nas atuais limitações operacionais nas reservas de NDC, a equipe da ADTRAV incentiva os líderes de viagens a:

- Avaliar o impacto dos desafios atuais em relação aos benefícios atuais oferecidos para entender como o conteúdo da NDC afetará seus programas/ metas de viagem e procurar sua TMC para obter orientação.
- Reconhecer que as dificuldades crescentes dos primeiros meses serão resolvidas e que as equipes de viagens corporativas e as TMCs estão trabalhando diligentemente para liberar todo o potencial do conteúdo de NDC para programas de viagens gerenciados.

Lindsay Balram, diretora associada de viagens e despesas globais da Alkermes (uma empresa biofarmacêutica), concorda. Ela acredita em se sentir confortável e adotar uma abordagem do tipo “esperar e observar”, mesmo nesta fase do jogo. Ela reconhece que a NDC está sendo muito comentada ultimamente, mas aconselha que as empresas não precisam agir imediatamente; elas devem dedicar um tempo para entendê-lo.





DESAFIO
N.º 2:

Equilibrar uma demanda maior com orçamento menor

Os gastos com viagens aumentaram 73% em 2022, continuando sua subida em direção aos níveis pré-pandemia.* Essa é uma ótima notícia, mas os custos com companhias aéreas e hotéis também estão aumentando, e preocupações macroeconômicas mais amplas também estão sobrecarregando os orçamentos.

Para piorar as coisas, os fornecedores (especificamente as companhias aéreas) não estão de volta ao cenário de 2019. Isso significa mais demanda em meio a menos oferta e orçamentos mais apertados.

Como isso está afetando seus colegas? Como eles estão controlando os custos e a capacidade de entrega? E o que você pode fazer? De acordo com os nossos clientes:

- Incentive menos viagens, fazer viagens mais longas para fazer mais de uma só vez.
- Adicione processos rápidos de aprovação pré-gastos para garantir que cada viagem atenda aos requisitos de negócios.
- Aumente as mensagens para os viajantes em suas ferramentas de reserva, para que eles possam avaliar facilmente o propósito e a necessidade de cada viagem.

*Relatório de percepção de gastos, SAP Concur e Oversight Solutions, 2023



Anne Delgado, gerente global de viagens da SAP, diz que ela e sua equipe estão trabalhando em estreita colaboração com fornecedores em busca de soluções criativas, como adicionar taxas com desconto para tarifas de classe executiva de preço mais alto para obter acesso a mais assentos. E adicionar taxas de reuniões e eventos para reuniões de grande escala. Eles também estão incentivando os viajantes a serem mais flexíveis diante de problemas de estoque, lembrando-os de reservar com antecedência e estar prontos para mudanças em seus horários.

Roger Hale, da ADTRAV, aconselha seus clientes de viagens corporativas a expandir seus relacionamentos com fornecedores preferenciais. Como a disponibilidade continua a ser um desafio, é importante que os viajantes tenham várias opções com desconto para alcançar seus requisitos de missão. Além disso, os viajantes devem ser bem treinados sobre como navegar com sucesso pelo ambiente de viagem atual. Desde reservar com antecedência até aproveitar a tecnologia, um viajante instruído é um viajante mais eficaz e feliz.

Abordar o foco da liderança com visibilidade do programa



Quando as viagens foram interrompidas em 2020, muitas organizações desfrutaram de um aumento nos resultados redirecionando esses gastos ou simplesmente celebrando as economias. Ao mesmo tempo, a maioria das empresas encontrou maneiras de fazer negócios sem entrar em aviões e trens.

Como resultado, as organizações mudaram a visão dos orçamentos de viagens e despesas; de um ponto de vista pré-pandemia, é o custo de fazer negócios para “precisamos ver o ROI para justificar os gastos”.

É claro que isso coloca os líderes de viagens e seus orçamentos em destaque, o que coloca uma pressão crescente sobre relatórios e análises detalhados. Como os líderes de viagens estão respondendo?

Abordar o foco da liderança com visibilidade do programa

Lindsay Balram, da Alkermes, está procurando novos números além das métricas tradicionais. Em vez de mostrar os gastos de viagem por fornecedor, principais viajantes ou centro de custo, ela está se concentrando no valor que o programa oferece como uma porcentagem da receita geral, desempenho de vendas etc. Em vez de fazer com que os fornecedores tragam métricas para ela, ela vai até eles com o que está vendo, comparando perspectivas e identificando diferenças, motivos e causas raiz.

Ela analisa essas métricas, fazendo com que funcionem para o seu negócio e levando uma narrativa clara para a liderança.



Nari Narvani, ex-gerente global de viagens, despesas e cartões corporativos da PACCAR, enfatiza que você não pode gerenciar o que não sabe. Portanto, a equipe da PACCAR utiliza suas soluções SAP Concur para obter dados consolidados globalmente e uma visão holística dos gastos. Em seguida, eles podem ver os gastos de uma perspectiva de gestão mais ampla e usar a inteligência para negociações com fornecedores. Em outras palavras, eles têm dados que podem colocar para trabalhar.



DESAFIO
N.º 4:

Criar um programa que comprove que você se importa

À medida que a batalha por talentos continua, considere o fato de que as políticas e experiências de viagem têm um grande impacto na satisfação no trabalho. Portanto, não se surpreenda se os candidatos e colaboradores atuais quiserem analisar suas políticas de viagem enquanto consideram uma oportunidade de emprego.

Como seus colegas, você também vai querer aumentar a ênfase no bem-estar dos colaboradores. Fique de olho em como as viagens podem estar sobrecarregando suas equipes e preste atenção às diferentes necessidades dos viajantes em idade de aposentadoria em comparação com viajantes cada vez mais jovens. Mantenha o dever de diligência em destaque também, garantindo que os líderes de viagens tenham as ferramentas para manter os viajantes seguros.

Como seus colegas estão lidando com esses problemas?

Do ponto de vista da política, estamos vendo os clientes da SAP Concur formando uma parceria com o RH para criar programas de viagem competitivos e atraentes, adicionando vantagens como o TSA Pre-Check nos EUA ou o serviço Registered Traveler no Reino Unido, além de associações a clubes e outros benefícios que tornam as viagens mais confortáveis.

Criar um programa que comprove que você se importa

A equipe da **Alkermes** também está seguindo esse caminho, permitindo que os colaboradores adquiram uma associação anual de companhia aérea, por exemplo, dando-lhes acesso a lounges de clubes e upgrades de assento. Isso torna as viagens mais fáceis e mais agradáveis, mas também oferece um aumento na produtividade enquanto economiza custos com itens como alimentos e bebidas.

Ed Phillips, gerente de viagens da Universidade Estadual de Michigan (Michigan State University, MSU), com sede nos EUA, tem como foco sua base emergente de viajantes que priorizam a tecnologia móvel e garantir que o programa da universidade integre os aplicativos certos em sua experiência de viagem. Isso pode melhorar tudo, desde solicitações de viagem até reservas e reconciliação. A MSU também está vinculando uma experiência de reserva mais envolvente ao dever de diligência, usando comunicação criativa para informar aos viajantes que os canais preferenciais significam melhor suporte quando estão em trânsito.

Melhorias como essa levaram a 85% de adoção da ferramenta de reservas da MSU em um ambiente onde essas ferramentas não são obrigatórias. No entanto, os viajantes ainda têm flexibilidade. O **Concur TripLink** permite que eles reservem diretamente com fornecedores, mas captura todos os dados necessários para fornecer segurança e suporte ao viajante.

Christine Zajda, diretora de compras e viagens da Feld Entertainment, está usando o parceiro da SAP Concur, **RocketTrip**, para equilibrar uma experiência de viagem positiva para os colaboradores com as opções mais econômicas. O RocketTrip mostra aos viajantes seus orçamentos e suas economias, que estão vinculados a um programa de recompensas que oferece pontos para cada decisão de gasto. No primeiro ano do programa, isso economizou para a empresa 36%. A equipe de Zajda também está repensando suas opções de hospedagem. Os membros da equipe de turismo da empresa que estão na estrada nove a 12 meses por ano geralmente utilizam um Airbnb em vez de se hospedarem em um hotel cinco estrelas. Zajda observa que esse tipo de experiência não apenas melhorou a qualidade de vida dos viajantes, mas também economizou mais de US\$ 100.000 para a empresa em um ano.



Lidar com os impactos das viagens em um mundo de trabalho em casa



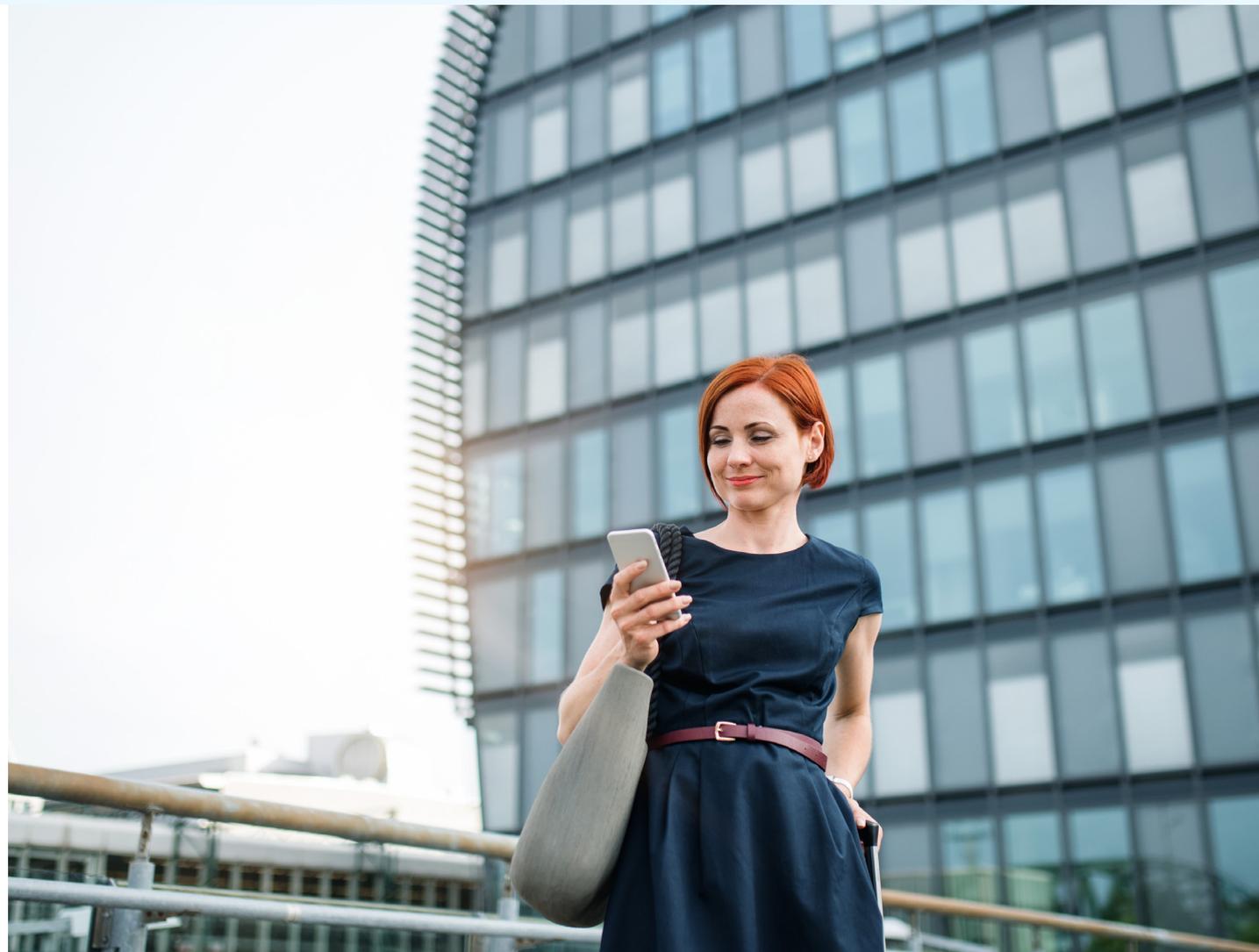
As linhas cada vez mais tênues entre a vida no trabalho e a vida em casa impactaram todas as partes de todos os negócios, incluindo viagens. Até agora, duas tendências principais surgiram:

- O interesse em viagens de negócios e lazer (“bleisure”) acelerou, já que o tempo das férias pessoais é adicionado às viagens de negócios.
- O desafio de gerenciar os deslocamentos entre as casas dos colaboradores e seus escritórios corporativos cresceu exponencialmente.

Em ambos os casos, políticas claras e colaboração com o RH são fundamentais.

Lidar com os impactos das viagens em um mundo de trabalho em casa

A equipe do escritório de viagens do **estado de Michigan** está modificando as políticas para garantir que trabalhadores remotos e móveis estejam confortáveis e confiantes com a gestão de despesas e viagens. Com a quilometragem, por exemplo, as políticas fáceis de entender descrevem onde o rastreamento de quilometragem deve começar e o que é elegível para reembolso.



Na **ADTRAV**, a equipe de viagens criou uma ferramenta para ajudar agentes e clientes a gerenciar facilmente viagens de negócios e pessoais, e dividir as despesas. Eles aconselham os clientes a definir claramente as políticas de viagem e os processos operacionais relativos a esses tipos de viagens, porque combinar viagens de negócios e lazer leva a uma maior satisfação dos colaboradores. Além de se adaptar a viagens “bleisure” como essa, o recente aumento de trabalhadores remotos está forçando as empresas a estabelecer políticas sobre reembolsos de deslocamentos ao escritório.



DESAFIO
N.º 6:

Adaptar-se a mais reuniões menores

Com uma força de trabalho cada vez mais distribuída, a necessidade de reuniões de equipe menores e mais frequentes também aumentou. É uma maneira eficaz de promover a formação de equipes para pessoas que não estão no mesmo edifício todos os dias ou nunca se cruzam nos corredores.

E como muitas empresas reduziram os espaços de reunião em suas próprias instalações, equipes individuais de 5, 10 ou 20 assumiram a tarefa de se reunirem.

Como seus colegas estão lidando com essa tendência?

Os clientes da SAP Concur estão buscando ferramentas tecnológicas simples para ajudar os usuários médios, não planejadores e gerentes de eventos em tempo integral, a trazer estrutura, segurança e economia para esses tipos de reuniões.

[O Concur Event Management by Groupize](#), por exemplo, permite que essas equipes:

- Simplifiquem o registro e o rastreamento dos participantes.
- Apliquem políticas com regras e fluxos de trabalho de aprovação.
- Utilizem painéis para rastrear facilmente os gastos e apoiar o dever de diligência.

Abordar ativamente a sustentabilidade



A sustentabilidade mudou de um tópico de conversa casual para uma prioridade indispensável para praticamente todos os programas de viagem. A pergunta, claro, é como. Como você cria as estratégias, políticas e ferramentas que causam um impacto real no meio ambiente ao reduzir a pegada ambiental do seu programa de viagens?

Seus colegas estão começando pelas medições.



Dorothy Chan, SCM e mudança de sustentabilidade no Standard Chartered Bank, afirma que boas medidas são fundamentais para facilitar as discussões corretas sobre sustentabilidade. As métricas tornam a sustentabilidade real para os líderes; elas mostram às equipes como concentrar suas políticas e como ajustar as ferramentas de viagem para tornar a escolha mais sustentável a escolha mais óbvia.

Italo Belmattino, gerente de transformação financeira da PwC Itália, concorda. A equipe da PwC colaborou com a SAP Concur para fornecer medições precisas do impacto de emissões de suas viagens de negócios. Como resultado, os usuários estão mais conscientes sobre suas escolhas de viagem, e a equipe é capaz de medir com precisão as tendências/o progresso das emissões e influenciar sua cadeia de suprimentos.

Suporte e estratégia

Desde que haja viagens de negócios, haverá desafios de viagem. Também haverá milhares de colegas com inúmeras ferramentas, dicas e percepções para ajudar você a enfrentar esses desafios de frente.

Você encontrará mais suporte, estratégias e tecnologias [aqui](#).

