

► **OBJECTIFS**

- Préparer l'appel d'offres Agence de voyages en intégrant en amont l'ensemble des composantes clés du dossier
- Savoir rédiger les documents de consultation et piloter la démarche de bout en bout
- Intégrer les pratiques financières, commerciales et d'exploitation de l'agence de voyages pour négocier les meilleures conditions en adéquation avec les contraintes et les besoins de son entreprise
- Contractualiser et déployer la nouvelle agence selon un planning maîtrisé

► **PROFIL STAGIAIRES**

- Chargés de voyages
- Acheteurs Voyages
- Travel Managers
- Responsables des Services Généraux

► **PRE REQUIS**

Aucun

► **DUREE**

3 jours (21H)

► **LIEU**

Maison de la Nouvelle Aquitaine
 21 rue des Pyramides – Paris 1er arr.

► **PRIX**

1560 €HT

► **THEME DE LA FORMATION**

Lorsque vient le moment de renouveler son marché Agence de Voyages, un grand nombre de questions se posent et il est souvent difficile de savoir par où commencer... Comment articuler son organisation voyages et la mise en place d'une nouvelle agence ? Quelles informations doivent être intégrées dans les documents de consultation ? Conserver son SBT ou envisager son changement, comment, pour quels gains, quels risques ? Comment s'assurer de la tenue des engagements du prestataire dans le temps ? Comment éviter les coûts cachés ? Quelles clauses faut-il intégrer au contrat ? Comment déployer l'agence ? ...

Cette formation abordera toutes ces questions et vous guidera étape par étape afin que vous soyez capables de maîtriser ce dossier complexe dans lequel les enjeux organisationnels et financiers sont majeurs. Ces trois journées vous permettront d'avoir les réponses à toutes les questions que vous vous posez ou qu'il est nécessaire de se poser pour affiner l'expression du besoin et mener à bien la consultation et le déploiement de son ou ses Agence(s) de voyages.

► **METHODES MOBILISEES**

Chaque chapitre est ouvert par une séquence de 5 minutes de réflexion individuelle. Les participants sont invités ensuite à présenter leurs idées et questionnements. Le formateur adapte alors la présentation théorique en fonction des attentes relevées et des questions formulées.

Un temps est consacré aux questions / réponses au terme de chaque chapitre. Les apprenants élaborent au fil du stage leur documentation propre. Forme des supports : Supports Power Point remis au cours du stage

► **POURSUITE DE PARCOURS**

Toutes formations spécifiques du dispositif de formations AFTM

► **INTERVENANT**

• Etienne PENAUD - Expert en organisation et optimisation des budgets voyages : diplômé du M.A.I . (Master Achat International) de Kedge Bordeaux et occupant des fonctions de Consultant Formateur dans le domaine du Voyage d'affaires depuis 20 ans

► **PROGRAMME DETAILLE**

JOUR 1

1. VEILLE MARCHE

Savoir qui fait quoi dans la chaîne de voyage pour mieux construire son « appel d'offres agence » est essentiel ; cette première partie a pour objectif de bien comprendre les interactions et les enjeux financiers.

Rôle de l'agence de voyages

- Prestations assurées
- Organisation interne
- Les différents acteurs du Business Travel
- Revue des acteurs et de leurs missions
- Lien entre les acteurs et place centrale de l'agence
- Les flux financiers entre les intervenants de la chaîne du voyage
- Rémunérations faciales et cachées
- Position de l'entreprise donneur d'ordre

2. CAHIER DES CHARGES DE CONSULTATION

Être en capacité de constituer le dossier d'appel d'offres sans omettre d'y inclure toutes les informations quali et quanti indispensables ; cette seconde étape s'achèvera avec la réalisation de la trame du cahier des charges de consultation.

Étapes de la consultation

- Les étapes
- Acteurs à mobiliser

Rédiger la consultation

- Les données à réunir et informations à collecter

- Rédiger le cahier des charges
 - Les différentes parties du cahier des charges
 - Formuler son besoin : type de prestations, consommations, niveau de service, IT, supports, prestations annexes...
 - Anticiper les évolutions du marché et les pratiques voyages : mobilité, outils collaboratifs, ubérisation...
 - Intégrer les obligations sûreté et réglementaires
 - Prévoir les besoins en reporting

Les pièces du marché

- Revue des documents du dossier de consultation

JOUR 2

3. CONSULTATION

Piloter les étapes afin que la démarche soit coordonnée jusqu'au déploiement ; cette troisième étape permettra de construire son planning en en considérant les temps raisonnables à chaque étape et en intégrant les contraintes internes.

Calendrier du projet

Sollicitation des intervenants : qui fait quoi, quand ?

4. SELECTION

Choisir objectivement le prestataire présentant l'offre la plus adaptée à son besoin et la plus compétitive sans risquer les mauvaises surprises, voilà l'objectif à remplir ; cette étape aidera chacun à identifier les moyens de réussir cette sélection en bâtissant sa grille de sélection.

Les critères de sélection de l'agence de voyages

- Qualitatifs
- Economiques
- Environnementaux
- Techniques
- Sociaux

Bien choisir les critères, les pondérer et les traduire en informations mesurables

- Grilles de dépouillement

JOUR 3

5. CONTRACTUALISATION

Signer le contrat afin qu'il soit le strict reflet de la future relation commerciale souhaitée ; cette cinquième étape aboutira à la compréhension des éléments contractuels clés

Le contrat agence

- Les clauses types
- Le SLA
- Intégration de la RGPD

Les principaux risques et enjeux

- Les identifier et savoir s'en prémunir

6. DEPLOIEMENT

Mettre en place l'Agence de voyages et intégrer l'ensemble des parties prenantes ; cette étape aidera chaque participant à choisir son modèle de déploiement et la communication la plus adaptée à son entreprise et aux enjeux identifiés

Les modèles de déploiement

- Présentation des différents modèles
- Avantages et inconvénients de chacun

Les ateliers opérationnels

- Quels ateliers, qui impliquer ?
- Les objectifs des différents ateliers

La communication

- Communiquer sur le changement : construire un plan adapté, les nouveaux modèles de communication

6. PILOTAGE DE L'AGENCE

Être en capacité de suivre et piloter la relation avec son agence est essentiel ; ce dernier chapitre mettra au clair les règles à mettre en place pour suivre son prestataire Agence de voyages et maintenir un niveau de service optimal

Revue des outils de pilotage

Les actions à initier pour éviter les dérives

Contrôler les facturations et niveau de satisfaction

► MODALITES D'EVALUATION

Evaluation de l'atteinte des objectifs par les apprenants à l'issue de la journée sous formation de questionnaire

► INDICATEURS FORMATION ATLANS

52 stagiaires formés en 2019

Niveau de satisfaction des stagiaires : 95%

► MODALITES, DELAIS D'ACCES ET CONTACTS

Informations : www.atlans.fr et www.afm.fr - Tél +33 (0)1 55 20 94 14 - info@afm.fr

Inscription :

Délai limite d'inscription : 48 H avant le début de chaque session - Nombre maximum de participants par session : 12

Formation accessible aux personnes en situation de handicap

Pour s'inscrire : <http://www.afm.fr/formations/se-pre-inscrire-a-une-de-nos-formations/> ou directement auprès de l'organisme de formation ATLANS : formation@atlans.fr

