



## **PALAVRA DO CONSULTOR**

### **NEW VALUE – NOVO VALOR**

#### **NV CONSULTORIA E TREINAMENTOS EM SISTEMAS DA QUALIDADE**

**Ano 2005 – Edição 1**

**Santo André, abril/2005**

*Agregando valor à sua empresa!*

#### **“CONSULTORIA NA GESTÃO DE VIAGENS DAS ORGANIZAÇÕES CLIENTES” - MISSÃO DA NOVA AGÊNCIA DE VIAGENS**

As agências de viagem nasceram para atender a necessidade básica de seus clientes, em suas viagens a negócios ou a lazer. Neste cenário, a visão dos agentes era, no passado, apenas a de emitir documentos de viagem, bilhetes ou vouchers; ainda associado a um serviço variável em conteúdo e qualidade, voltado a informações úteis para a realização dessas viagens. Nessa ocasião os profissionais das agências eram chamados de emissores.

Em função de uma maior necessidade de mercado, as tais informações úteis, passaram a agregar maior valor na prestação dos serviços, onde o cliente passou a ser focado com maior atenção. A atividade do agente de viagem tornou-se diferenciada, permitindo que seus profissionais deixassem de ser apenas emissores e se tornassem atendentes, no sentido de atender as necessidades e expectativas de forma objetiva.

Nas últimas décadas, as questões que envolvem a qualidade e produtividade nas organizações, prestadoras de serviço, associadas à crise nas cias aéreas. aéreas, que vem a título de sobrevivência, achatando cada vez mais o repasse das comissões e custos de serviço às agências de viagem; bem como o avanço da tecnologia da informação, que exige maiores investimentos e uma mudança radical relacionada à quebra de paradigmas nos critérios de atendimento e a enorme evolução das exigências dos clientes, vêm promovendo a maior transformação no papel do agente de viagem, obrigando as organizações a efetuar uma mudança significativa na sua missão em prestar serviços de viagens a negócios e lazer.

Naturalmente envolvidas, as agências que possuem visão estratégica de futuro, vêm se modernizando e se adequando à nova realidade. Hoje, o agente de viagem deve ser, além de emissor de documentos e atendente das necessidades e expectativas, um consultor em viagens. Ou seja, as agências devem estar cada vez mais focadas nas pessoas, clientes e processos, o que define a necessidade de serem adotados modelos de Gestão da Qualidade e, conseqüentemente, seus profissionais devem estar cada vez mais focados em sua formação e competência, a fim de não só atenderem as necessidades e mais íntimas expectativas dos clientes, mas, sobretudo, supera-las. Isso, sem dúvida, não é mais possível, para pessoas e organizações que não se mantenham atualizadas, comprometidas e cada vez mais competitivas.

Esse novo modelo na prestação dos serviços exige, da nova agência de viagem, atuar de forma a gerir as despesas dos seus clientes empresa, buscando as melhores opções do mercado; operar com fornecedores qualificados, tendo cada vez mais que conhecer o perfil de cada cliente e entender que este processo só termina no retorno da viagem dos passageiros; preocupar em melhorar, continuamente, seus processos de trabalho e ter certeza de que o cliente se sentiu plenamente satisfeito, considerando a relação custo benefício dos serviços contratados.

Essa logística e visão de negócio devem, além de gerar lucratividade, agregar valor a todos os clientes atendidos, seja na realização de negócios e de sonhos; na busca de crescimento, de conhecimento ou de qualquer outra necessidade que motive as pessoas a viajarem.

As agências de viagem são, talvez, uma das únicas organizações em que sua remuneração não é obtida pelo pagamento direto do cliente, uma vez que em 100% dos casos, sua prestação de serviços é comissionada. Essa dificuldade é ainda fortemente aumentada com a concorrência direta de alguns de seus principais fornecedores, que, recentemente, vêm buscando atender os clientes de forma direta, como por exemplo, as companhias aéreas que estão comercializando pacotes turísticos e praticando tarifas altamente competitivas em seus sites ou portais.

O lado positivo, de toda essa mudança na indústria do turismo, é o fato de, cada vez mais, o agente de viagem ser valorizado pelo serviço de consultoria que presta e não só pelos produtos de prateleira que seus fornecedores disponibilizam para o mercado.

Assim sendo, os clientes empresas e passageiros devem ter um cuidado especial na hora de decidir como e com quem devem contratar os serviços para sua viagem; pois, apenas os agentes de viagem que possuem essa nova visão de negócios podem fornecer uma efetiva consultoria, oferecendo e garantindo as melhores opções na relação custo benefício a todos os seus clientes.

Na hora da decisão é necessário que as empresas e passageiros conheçam as agências e se assegurem de que estão depositando sua confiança naquelas que, de fato, forneçam serviços adequados e altamente qualificados. Só assim suas viagens poderão ser traduzidas em momentos de plena satisfação.

Em uma visão futurista é provável que o próximo desafio dos agentes de viagem seja uma postura que o denomine doutor em viagens, pois daqui a muito pouco tempo, os clientes necessitarão de empresas e profissionais que cuidem de sua viagem, assim como os médicos cuidam de nossa saúde. Boa viagem e bons negócios.

João Carlos de Noronha.

Diretor: João Carlos de Noronha

**Indicamos: Curso de “Serviço ao Cliente”**

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

- Serviço ao Cliente - atendendo necessidades e expectativas.
- Atendimento ao cliente externo - Atendendo com sucesso, oferecendo soluções.
- Atendimento ao cliente interno – O relacionamento interpessoal na organização.

**MÉTODOLOGIA UTILIADA:** análise de cenas de filme e dinâmicas de grupo.

**FALE CONOSCO:** [nvconsultsq@aol.com](mailto:nvconsultsq@aol.com)