

MICE, ENTRE LOGISTIQUE ET CRÉATION : DES ÉCONOMIES RÉELLES

Constamment à la recherche de nouveaux leviers d'économies, les entreprises prennent conscience des **synergies possibles entre Travel Management et MICE**.

Que le déplacement soit individuel ou de groupe, on réalise que les principaux postes de dépenses : hôtellerie, aérien et train, une fois consolidés, permettraient d'avoir une meilleure visibilité financière et de mieux piloter ses parts de marché fournisseurs.

Généralement, on parle de groupe à partir de 10 voyageurs. On s'adressera alors à une **équipe spécialisée dans la Billetterie d'affaires, la négociation et la réservation de chambres d'hôtels**. L'idéal sera que cette équipe puisse aussi bien traiter les demandes de groupes issues d'un déplacement professionnel simple que les demandes associées à une opération événementielle.

Toutefois, lorsqu'on aborde les sujets **MICE**, terrain de prédilection des directions de la Communication ou du Marketing, on approche des sujets plus éloignés de la logistique : quel est le message de l'entreprise, dans quel contexte organise-t-elle sa manifestation, pourquoi et à destination de quel public ?

Comment l'agence de voyages est en mesure de répondre à ces questions et quelle est sa légitimité ?

LA VERTUEUSE MUTUALISATION DES SERVICES

On devine alors que la mutualisation des services peut très rapidement permettre d'importants bénéfices en termes d'achats, mais également inspirer de nouveaux modes opératoires plus rationalisés.

Pour l'agence de voyages d'affaires qui souhaite servir ses clients à la fois sur les déplacements individuels, de groupes et événementiels, il est indispensable qu'elle ait préalablement mis au point des **outils de gestion centralisés permettant de répondre sur toute la chaîne de valeur du traitement « Groupe et MICE »**.

De la billetterie, à la négociation tarifaire, en passant par la sélection rigoureuse des hôtels, des prestataires, la réservation de salles de réunions, la logistique et le règlement ; **un prestataire unique et un moyen de paiement intégré seront les ingrédients nécessaires pour standardiser la centralisation des Achats Travel et MICE**.

C'est à cette condition que l'agence sera en mesure de fournir un reporting analytique consolidé et fiable - sur la base du même modèle que pour les déplacements individuels - regroupant les différentes typologies de dépenses.

Car c'est justement cette centralisation qui va rendre possible une visibilité complète et un contrôle total des dépenses MICE, traditionnellement très éclatées et avec les difficultés de réconciliation que l'on connaît.

L'EXCELLENCE AGILE AU SERVICE DE VOS VOYAGES

HUMAIN - SERVICE - TECHNOLOGIE

☎ Tél : +33 1 53 46 67 10 - Fax : +33 1 53 46 67 20

@ Email : contact@fftparis.com - Site : www.fftparis.com

✉ Adresse : 63 bis avenue Ledru Rollin - 75012 PARIS - FR

SAS au capital de 95 885 Euros - RCS Paris : 435 134 168

SIRET 43513416800010 - Code APE 7911Z - Assurance RCP : HISCOX

Garantie Financière : Groupama - IATA 20242084 - IM075100182

DES ÉCONOMIES SUBSTANTIELLES ET UNE SÉCURITÉ PRÉSERVÉE

Dans ce contexte, les clients sont alors en mesure d'attendre des économies directes et indirectes significatives (entre 15 et 30 % selon le niveau de maturité de l'entreprise) et de maîtriser leur part de marché fournisseurs, tout en continuant d'assurer la sécurité de leurs voyageurs.

Grâce à la mutualisation de ses services, l'agence a également de meilleurs leviers de négociations avec ses fournisseurs pour être en mesure de proposer de meilleurs tarifs Air et Hôtels, adossés à ses propres négociations mais aussi à celles de ses réseaux internationaux.

LA RÉFLEXION STRATÉGIQUE ET CRÉATIVE, UN SERVICE FONDAMENTAL

Si l'expertise logistique de la gestion d'un groupe est un point fort de l'agence, celle-ci devra également faire preuve de **savoir-faire dans ses recommandations stratégiques et créatives.**

Et c'est en cela que l'activité MICE est différente du déplacement individuel ou groupe : **la capacité à accompagner les clients dans la compréhension et l'analyse de leurs besoins** Marketing, Communication et parfois même Ressources Humaines, pour traduire ceux-ci en une vraie stratégie de création et de logistique.

Aujourd'hui, plus que jamais, ce sont les collaborateurs qui représentent le premier levier de compétitivité au sein des entreprises. Cette approche stratégique en termes de communication événementielle est également un point important du ROI attendu. Il serait inopportun d'oublier qu'une opération MICE est avant tout un investissement de l'entreprise et qu'elle en attend un résultat mesurable.

Les entreprises ont donc tout à gagner à encourager la synergie entre leurs différents départements, car si ceux-ci n'ont pas forcément les mêmes objectifs opérationnels, ils doivent toutefois atteindre des objectifs communs au sein de l'entreprise : générer des économies et assurer la sécurité des voyageurs.

Dans ce contexte, quel meilleur partenaire qu'une agence de voyages d'affaires performante avec une véritable expertise MICE intégrée ?

Découvrez tout l'éventail de nos services sur notre site web dédié : <http://travelmice.fr/>