

INTERVIEW GRÉGORY CARRÉ

DIRECTEUR DE CLIENTÈLE

Avec une forte expérience des grands comptes internationaux, Grégory Carré, nouveau Directeur de Clientèle chez Frequent Flyer Travel Paris a rejoint l'équipe en janvier dernier. Ce fervent partisan du management participatif a pour ambition de fédérer une équipe autour de l'écoute client et des besoins des entreprises dans la gestion de leur politique voyage en France et à l'international.



Bonjour, Grégory, vous êtes récemment arrivé chez Frequent Flyer Travel Paris, quels sont vos objectifs et comment résumer votre rôle ?

Grégory Carré : Ma mission principale est de pérenniser la fidélité de nos clients historiques et de renforcer le partenariat avec les nombreux comptes que nous avons remportés.

Je poursuis également le travail initié par la direction générale afin d'identifier les opportunités de consolidation pour nos clients, en France et à l'international. Mon rôle consiste aussi à fixer les objectifs commerciaux, définir les priorités de développement en coordination avec les différents services de l'agence, et valoriser notre positionnement d'agence de voyage motivée par l'excellence et l'agilité des solutions apportées à nos clients.

Quelles sont les principales activités de votre équipe ?

G. C. : Je dirai qu'être à l'écoute des besoins de nos interlocuteurs est fondamental. Selon la taille de l'entreprise et les enjeux qui les intéressent, nos interlocuteurs sont multiples. Nous pouvons être en contact avec l'acheteur voyage, le Travel Manager, le directeur achats ou financier, ou encore la sécurité ou l'informatique. Cela requiert donc d'être parfaitement attentif et de s'intéresser vraiment aux objectifs de nos clients. Selon moi, c'est le meilleur moyen d'apporter des réponses personnalisées et réellement adaptées.

Comment accompagnez-vous une entreprise qui souhaite consolider ses dépenses internationales ?

G. C. : Nous analysons les objectifs de globalisation sur la base de différents critères à la fois en termes d'économies et de modes opératoires. Nous évaluons également ce que l'entreprise a déjà mis en place, ce qui fonctionne et ce qui doit être optimisé, sur toute la chaîne de valeur des dépenses. Le fait d'être équipé de 3 SBTs (Outil de réservation en ligne), 2 GDS (Système de réservation centralisé), d'une multitude de HBA (Hotel Booking Agency) et d'être membre d'un réseau international puissant, nous permet d'avoir une vision élargie des bonnes pratiques.

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



L'hétérogénéité de notre portefeuille clients est également une formidable source d'information et d'analyse pour nous permettre de délivrer un accompagnement de qualité, notamment dans la conduite du changement et l'évangélisation des bonnes pratiques.

Comment assurez-vous l'expertise de votre équipe ?

G. C. : Tout d'abord, je dois dire que j'aime accompagner l'équipe sur le terrain et m'imprégner avec elle des différentes problématiques de notre marché.

Cela me permet d'une part, d'être toujours bien en alerte sur les besoins, et d'autre part, cela me donne le sentiment d'être vraiment utile à mon équipe. Ensuite, nous avons également mis en place tout un programme de coaching d'équipe pour permettre de privilégier l'intelligence collective au sein du groupe et faire monter en compétence les individus et leurs capacités à être créatifs et efficaces ensemble. Bien que chaque Account Manager ait une liste de clients bien définie, notre ambition est qu'ils puissent se consulter tour à tour, monter des équipes « projet », en étant bien conscients des expertises et compétences individuelles, pour proposer de meilleures solutions toujours très adaptées et bien personnalisées. *Comme dit l'adage « seul on va vite, ensemble on va loin ».*

Quel genre de manager êtes-vous ?

G. C. : Un manager plutôt participatif qui privilégie les liens interpersonnels au sein de son équipe pour les impliquer davantage et favoriser leur contribution active au progrès de l'entreprise.

Quel est votre principal trait de caractère ?

G. C. : Communicatif, expansif, généreux.

Comment vivez-vous votre métier au quotidien ?

G. C. : J'aime la diversité de mes missions. Etudier la meilleure solution client, se maintenir en veille permanente sur les innovations. C'est très stimulant. Et ce que je constate, depuis mon arrivée, c'est que de la Présidence aux Opérations, tout le monde est investi pour faire avancer le projet de l'entreprise dans cette quête perpétuelle de délivrer un haut niveau de qualité de service. Il existe également une véritable proximité entre les

services, notamment avec le département R&D, ce qui permet des circuits de décision très courts et donc une agilité technologique très appréciée de nos clients.

Quelles sont les qualités que vous admirez le plus ?

G. C. : Persévérance, altruisme et intégrité

Quel est votre plus grand rêve ?

G. C. : Que le service « Human to Human » soit toujours présent dans la relation client pour de nombreuses années encore et puisse être complémentaire avec les innovations technologiques à venir, notamment en matière d'intelligence artificielle.

Qu'aimez-vous par-dessus tout ?

G. C. : La satisfaction et la reconnaissance de nos clients.

Quelle est votre devise dans la vie ?

G. C. : « Etre vaut mieux qu'avoir »