

# Travel Services celebró su 3° Convención Regional de Ventas: “Juntos Siempre”

Con una nueva dinámica, Travel Services celebró su tradicional evento donde reunió a toda su fuerza de ventas de Argentina, Chile y Uruguay.



Los responsables de Travel Services de Argentina, Chile y Uruguay (Campomar Viajes).



El equipo de Chile de Travel Services.

Consolidando el poder de su fuerza de ventas, que se apoya en todas sus unidades de negocios y su marcada búsqueda por la excelencia en el servicio, Travel Services celebró su 3° Convención Regional de Ventas “Juntos Siempre”, reuniendo a todo su equipo de profesionales de Argentina, Chile y Uruguay.

Como en las anteriores oportunidades, Ignacio Aguilar, presidente de Travel Services; Pablo Aperio, gerente general; y Federico Rovida, gerente comercial; fueron los maestros de ceremonia que recibieron a los 260 profesionales, número que deriva de los 125 asociados y asistentes de los tres países; 40 franquiciados y vendedores; 30 colaboradores de Corporativo, In Motion, Alianzas & Ecommerce, Ticket Ya, Chasma Tours, Troops, ILS y Basset; 30 colaboradores de Producto, Marketing, Administración, Dirección, Comité Ejecutivo, Desarrollo, RRHH, Aéreos y Operaciones; y 35 representantes de socios estratégicos. En total, un 30%

más que en la convención del año pasado.

“Este año es distinto. Hemos tomado el feedback de nuestros colaboradores para realizar una dinámica fresca y novedosa, sin perder de vista todos los objetivos que tenemos”, comentó Rovida.

Así, los propósitos de esta tercera convención de la compañía fueron:

- Actualizarse con información del holding y sus soluciones.
- Tendencias de la industria en la región.
- Motivación del equipo de Ventas para mejorar su rendimiento y actitud.
- Crear espacios de relacionamiento.
- Despertar ideas de nuevos negocios.
- Capacitarse y relacionarse con socios estratégicos.

“Con esta Conferencia logramos un sentido de pertenencia y la posibilidad de estar en la misma sintonía con todos los equipos de trabajo, independientemente del país que sea. Todo está pensado por y para nuestra fuerza de ventas, haciendo énfasis en el acompañamiento”, agregaron los directivos.

## Un primer período 2024 con grandes números

A su turno, Pablo Aperio repasó las unidades de negocios de la marca Travel Services, que se engloban en Campomar Viajes, Ils Tours (receptivo), Ticket Ya y Chasma Tours (negocio mayorista), Basset (tecnología), IM, Troops (viajes educativos) y Travel to Marketing.

A su vez, recordó las memorías y afiliación a Virtuoso,

Travel Leaders y Viajes El Corte Inglés; mientras que informó sobre las alianzas comerciales, que son HSBC, Santander, ICBC, BICE, American Express, Prisma, Bonda, Tienda Supervielle, Tienda Clic, Turismo City, Kayak, Smiles y Royal Caribbean.

Asimismo, referido a los números y teniendo en cuenta el contexto regional, en el primer trimestre de 2024 Travel Services generó:

- US\$ 12,5 M en ventas, exclusivamente de asociados y franquicias.
- US\$ 1,8 M de ingresos.
- 32 mil transacciones entre pasajes aéreos, hotelería, traslados, excursiones y asistencias al viajero.
- Ebitda de US\$ 726 mil del total de la compañía.
- Aumento del 23% del staff, que totalizan entre asociados y asistentes un total de 115 profesionales en Argentina, 22 en Chile y 30 en Uruguay; sumado a 61 franquiciados y vendedores entre los tres países.

“Somos una compañía sólida en todo aspecto. Si bien sabemos que somos conservadores, gracias a esa característica fue que hemos podido transitar épocas de crisis y dificultades. Hoy podemos decir que estamos posicionados como una de las fuerzas comerciales más grandes de la región. Aun cuando estos números no reflejan la calidad, sabemos que ese es nuestro distintivo y que las personas que conforman nuestra organización

## La lista de empresas participantes:

- Air Europa.
- Assist Card.
- Avianca.
- Copa Airlines.
- Karisma Hotels & Resorts.
- Lufthansa Group.
- MADRE Consulting & Representations.
- Oficina de Turismo de Curazao.
- Palladium Hotel Group.
- Promovere.
- RIU Hotels & Resorts.
- Royal Caribbean.
- Vanguard Marketing.
- Latam Airlines.
- Abreu Tours.
- Agencia Catalana de Turismo.
- Special Tours.
- Iberia.
- TL Portfolio.

son nuestro principal activo”, señaló Aperio.

El gerente también analizó el gran momento y evolución del cliente de alta gama, con un crecimiento del 117%.

Referido a objetivos 2024 para el segmento de franquicias, uno de los principales será el estreno de 45 nuevos contratos; como también el 70% de participación en fam tours, ferias, workshops y viajes de incentivos; y la alta calidad en los números posventa, que son altamente positivos en los tres países.

Por último, se presentaron las novedades en Traslados, con la presentación de la marca “365 Movete”, la adquisición de una herramienta de autogestión, tari-



fas fijas en el aeropuerto y la incorporación a OneDesk.

### Motivación y OneDesk

Luego fue el turno de Jonathan Loidi, experto conferencista, quien guio a todos

los presentes en un motivador viaje para explorar las emociones, crecer en el campo de los negocios a través de los vínculos y la importancia de animarse y dar ese paso más para ser.

“Si quieres ser del 5% de las personas que hacen cosas extraordinarias, que son recordadas y reconocidas por la historia, si quieres alcanzar objetivos increíbles, entonces, tienes que hacer exactamente lo contrario a lo que hace el 95% restante”, fue el disparador para una impecable ponencia.

Para finalizar el bloque, y aclarando que la tecnología es una parte fundamental de la compañía, Ignacio Aguilar, junto a los responsables de OneDesk, se encargó de comunicar las últimas novedades de la imprescindible herramienta para su fuerza de ventas. Entre todos los presentes, a través de una divertida dinámica, se presentaron posibles mejoras para el desarrollo, la simplificación de procesos y añadir nuevas funcionalidades, cambios que serán implementados en el futuro.

“Debemos dedicarnos a vender emociones. El camino de la calidad y la atención es lo que sigue diferenciándonos”, aseveró Aguilar.

### Capacitaciones para toda la fuerza de ventas

Luego del almuerzo, un momento de networking y relacionamiento infaltable en este evento, los profesionales asistentes experimentaron una importante dinámica de capacitaciones por parte de socios estratégicos de la compañía.

Por último, fue el turno del lanzamiento de la Campaña de Marketing 2024, así como de un incentivo, charlas que dieron cierre al importante evento para dar paso al ameno cóctel. 