

7 défis liés aux voyages et les stratégies utilisées par vos pairs pour les relever





Vous n'êtes pas seul(e)

La meilleure chose à propos de la communauté des voyageurs est qu'il s'agit d'une communauté - un groupe de personnes qui partagent la même vision et qui aiment apprendre les uns des autres. Ainsi, en cas de défi, vous avez des collègues sur lesquels vous pouvez compter.

Nous nous sommes entretenus avec nos clients et partenaires SAP® Concur®, ainsi qu'avec quelques experts internes - pour savoir quels sont les défis à relever en matière de voyages, et, plus important encore, comment ils les gèrent. **Voici ce que nous avons appris.**

Se préparer pour les NDC



NDC. Ces trois simples lettres provoquent un stress important (et une certaine confusion) dans le monde des voyages d'affaires. Elles renvoient aux « **New Distribution Capability** », c'est-à-dire à de nouvelles capacités de distribution, mais en réalité, l'idée n'est pas si neuve.

Proposée par les compagnies aériennes et dirigée par l'Association du transport aérien international (International Air Transport Association, IATA), la norme NDC est **une norme XML de transmission de données** créée il y a plus de dix ans pour aider les compagnies aériennes à améliorer la distribution de contenu. Pour être clair, la norme NDC n'est **pas une plateforme en ligne, mais un format de données** destiné aux compagnies aériennes, aux fournisseurs de technologie, aux TMC (entreprises de gestion des voyages) et aux entreprises, sans les limitations des canaux de distribution traditionnels. La norme NDC avait pour objectif de **changer la façon dont les compagnies aériennes présentent leurs produits aux clients**, en permettant une vente au détail plus efficace et personnalisée des compagnies aériennes et en créant des tarifs flexibles basés sur les personnes qui achètent des services aériens. Or, **la IATA n'a pas fourni le code nécessaire** pour atteindre ces objectifs, et **chaque compagnie aérienne utilise sa propre structure** de formats variables, ce qui a généré beaucoup de consternation et une forte confusion dans le monde des voyages.

Se préparer pour les NDC

Comment cela vous affecte-t-il ? Vous pouvez vous attendre à voir des **économies de coûts** et un **contenu plus riche** au fil du temps, ainsi qu'une **plus grande transparence des données** NDC, ce qui vous aidera à gérer vos programmes.

Si la norme NDC est **de plus en plus souvent adoptée**, cette tendance a encore connu une nouvelle accélération après qu'American Airlines ait annoncé l'élimination de ses contenus des canaux de distribution traditionnels. En effet, **American Airlines oblige désormais les organisations à se connecter au NDC** pour bénéficier d'un accès complet au contenu tiers de la compagnie aérienne. Avant de telles pressions de la part des transporteurs américains et d'autres transporteurs existants, la transition vers le contenu NDC restait lente, car **le changement est coûteux, complexe** et il n'existe **pas de modèle spécifique** pour la mise en œuvre.

L'élan vers la norme NDC s'accompagne de multiples options et perspectives, mais ce qui est le plus important, c'est que les responsables de voyages travaillent ensemble dans l'intérêt de leurs entreprises et s'assurent que les voyageurs aient accès à tout leur contenu conforme aux politiques.

Cela demande de la patience.



Chez SAP Concur, nous aidons les entreprises à effectuer leur transition à un rythme qui leur convient, sur plusieurs fronts, en proposant :

- Une connexion aux API NDC de la compagnie aérienne via Concur **Select Access**, ainsi qu'une assistance pour les clients qui ont besoin d'un accès immédiat à des contenus supprimés ou non disponibles dans le GDS.
- **Concur® TripLink** permet aux compagnies aériennes d'offrir **le meilleur contenu de canal public disponible**. Il s'agit d'un autre moyen pour les voyageurs de faire des achats sur les sites Web/applications des compagnies aériennes. TripLink permet aussi aux responsables de voyages de **bénéficier de remises d'entreprise** et de **capturer des données pour leur obligation de diligence** (duty of care).

Se préparer pour les NDC

Notre conseil pour les leaders dans le domaine du voyage :

Selon Roger Hale, PDG de la société de gestion de voyages ADTRAV, l'erreur la plus courante dans la perception de la norme NDC consiste à la croire prête à l'emploi et capable de fonctionner parfaitement dans chaque scénario dès le début. Au vu des **limitations opérationnelles** actuelles sur les réservations NDC, l'équipe d'ADTRAV encourage les leaders dans le domaine du voyage à :

- évaluer l'impact des défis actuels par rapport aux avantages actuels offerts pour comprendre **comment le contenu NDC affectera vos programmes/objectifs de voyage**, et consulter votre gestionnaire de voyages pour obtenir des recommandations ;
- vous rappeler que les difficultés croissantes des premiers mois seront résolues, et que les équipes de voyages d'affaires et gestionnaires de voyages travaillent avec diligence à **libérer tout le potentiel du contenu NDC** pour les programmes de voyages gérés.

Lindsay Balram, Director for Global Travel and Expense chez Alkermes (une entreprise biopharmaceutique), est du même avis. Elle croit qu'il faut être à l'aise et **adopter une approche « attentiste »**, même à ce stade du jeu. Si elle reconnaît que le NDC est un sujet très abordé ces derniers temps, elle recommande aux entreprises de ne pas agir immédiatement, mais de prendre leur temps pour comprendre.





DÉFI
N° 2 :

Équilibrer plus de demandes avec moins de budget

Les dépenses de voyage ont augmenté de 73 % en 2022 et ont poursuivi leur ascension vers les niveaux d'avant pandémie*. C'est une excellente nouvelle, **mais les coûts des compagnies aériennes et des hôtels augmentent également**, alors que des préoccupations macroéconomiques plus larges pèsent sur les budgets.

Pire encore, les fournisseurs (en particulier les compagnies aériennes) ne reviennent pas à leur inventaire de 2019, ce qui signifie **plus de demandes dans un contexte d'approvisionnement moindre** et de budgets plus serrés.

Comment cela affecte-t-il vos pairs ? Comment contrôlent-ils les coûts tout en répondant à la demande ? Que pouvez-vous faire ? Nous voyons nos clients :

- encourager **des voyages moins nombreux et plus longs** afin que les voyageurs fassent plus de choses en une seule fois ;
- ajouter **des processus d'approbation rapides et préalables** aux dépenses pour s'assurer que chaque voyage réponde aux obligations de l'entreprise ;
- envoyer des messages aux voyageurs grâce à leurs outils de réservation afin de pouvoir **évaluer facilement l'objectif et la nécessité** de chaque déplacement.

*Spend Insights Report, SAP Concur et Oversight Solutions, 2023



Anne Delgado, Global Travel Manager chez SAP, explique qu'elle et son équipe travaillent en étroite collaboration avec des fournisseurs à la recherche de solutions créatives, comme **l'ajout de tarifs réduits pour des vols en classe affaires** afin d'avoir accès à plus de sièges et **l'ajout de tarifs de réunion et d'événements** pour les rassemblements à grande échelle. Ils encouragent également les voyageurs à se montrer **plus flexibles face aux problèmes d'inventaire**, en leur rappelant de réserver tôt et d'être prêts à faire face à des changements dans leur emploi du temps.

Roger Hale d'ADTRAV conseille à ses clients de voyages d'affaires d'**étendre leurs relations avec leurs fournisseurs privilégiés**. La disponibilité continuant à être un défi, il est important que les voyageurs disposent de **plusieurs options à prix réduit** pour répondre aux obligations de leur mission. En outre, les voyageurs doivent être **bien formés** pour savoir s'orienter dans l'environnement de voyage actuel. De la réservation à l'avance à l'exploitation de la technologie, **un voyageur bien renseigné est un voyageur plus heureux et plus efficace**.

Attirer l'attention du leadership grâce à une visibilité sur les programmes



Lorsque les voyages ont été interrompus en 2020, de nombreuses organisations ont bénéficié d'une **augmentation des résultats** en redirigeant leurs dépenses ou en se contentant de faire des économies. Au même moment, la plupart des entreprises ont trouvé des moyens de **faire des affaires sans prendre l'avion ou le train**.

Par conséquent, **les organisations ont changé leur vision** des budgets de déplacement et de dépenses : du point de vue pré-pandémie « il s'agit du coût de l'activité » à « nous devons **voir le retour sur investissement** pour justifier les dépenses ».

Bien sûr, ce changement de point de vue met un coup de projecteur sur les responsables de voyages et sur leurs budgets, ce qui exerce une pression croissante sur le reporting et l'analyse. **Comment les leaders dans le domaine du voyage réagissent-ils ?**

Attirer l'attention du leadership grâce à une visibilité sur les programmes

Lindsay Balram d'Alkermes cherche de nouveaux chiffres au-delà des indicateurs traditionnels. Au lieu d'afficher les dépenses de voyage par fournisseur, par voyageur ou par centre de coûts, elle se concentre sur **la valeur que le programme offre** en pourcentage du chiffre d'affaires global, de la performance commerciale et ainsi de suite. Plutôt que de demander aux fournisseurs de lui apporter des indicateurs, elle va vers eux avec ce qu'elle voit, en comparant les perspectives et en identifiant les différences, les raisons et les causes profondes.

Elle analyse ces indicateurs, en tire parti pour son entreprise et transmet un récit clair à la direction.



Nari Narvani, ancienne responsable mondiale des voyages, des dépenses et des cartes d'entreprise chez PACCAR, souligne que vous ne pouvez pas gérer ce que vous ne connaissez pas. Ainsi, l'équipe de PACCAR utilise ses solutions SAP Concur pour **obtenir des données consolidées à l'échelle mondiale et une vue holistique des dépenses**. Ensuite, ils peuvent voir les dépenses en tant que managers, avec une perspective plus large, et **tirer parti des renseignements pour les négociations fournisseur**. En d'autres termes, ils disposent de données sur lesquelles ils peuvent s'appuyer.



DÉFI
N° 4 :

Créer un programme qui prouve que vous êtes engagé(e)

À mesure que la bataille des talents se poursuit, considérez le fait que les politiques et expériences de voyage ont **un impact majeur sur la satisfaction au travail**. Ne soyez donc pas surpris si les candidats et les employés actuels souhaitent revoir vos politiques de voyage lorsqu'ils examinent une opportunité d'emploi.

Comme vos pairs, vous voudrez également **mettre l'accent sur le bien-être des employés**. Gardez un œil sur la façon dont les voyages peuvent mettre vos équipes à rude épreuve et prêtez attention aux besoins des voyageurs en âge de prendre leur retraite, qui diffèrent des autres voyageurs qui sont de plus en plus jeunes. Gardez également **l'obligation de diligence sous les feux des projecteurs**, en veillant à ce que les responsables des voyages disposent des outils nécessaires pour assurer la sécurité des voyageurs.

Comment vos pairs gèrent-ils ces problèmes ?

Du point de vue de la politique, nous voyons des clients SAP Concur **s'associer aux RH pour créer des programmes de voyage compétitifs et convaincants**, en ajoutant des avantages tels que le pré-enregistrement TSA aux États-Unis ou le Registered Traveler service au Royaume-Uni, ainsi que des adhésions à des clubs et d'autres avantages qui rendent les voyages plus confortables.

Créer un programme qui prouve que vous êtes engagé(e)

L'équipe d'**Alkermes** suit également cette voie en permettant aux employés d'acheter une adhésion annuelle à une compagnie aérienne, ce qui leur donne accès à des salons exclusifs en aéroport et à des surclassements de siège. Non seulement ce choix facilite les voyages et les rend plus agréables, mais il permet aussi de **gagner en productivité tout en économisant sur les coûts** des aliments et des boissons.

Ed Phillips, University Travel Manager at U.S.-based Michigan State University (MSU), aux États-Unis, se concentre sur sa base émergente de voyageurs soucieux de la technologie et axés sur le mobile, et s'assure que le programme de l'université intègre **les bonnes applications dans son expérience de voyage**. Des demandes de voyage à la réservation et au rapprochement, cette intégration peut tout améliorer. La MSU associe également **une expérience de réservation plus engageante à un devoir de diligence**. Elle tire parti d'une communication créative pour faire savoir aux voyageurs que les canaux préférés signifient un meilleur soutien lorsqu'ils sont en déplacement.

Des améliorations qui ont conduit à **un taux d'adoption à 85 % de l'outil de réservation** MSU alors même que celui-ci n'est pas obligatoire. Cependant, les voyageurs ont encore de la flexibilité. [Concur TripLink](#) leur permet de **réserver directement auprès des fournisseurs**, tout en recueillant toutes les données nécessaires pour assurer la sécurité du voyageur et une assistance en cas de besoin.

Christine Zajda, Director, Procurement, Sourcing & Travel chez Feld Entertainment, utilise [RocketTrip](#), partenaire de SAP Concur, pour équilibrer une expérience de voyage positive pour les employés avec les choix les plus rentables. RocketTrip montre aux voyageurs leurs budgets et leurs économies, qui sont liés à un **programme de récompenses offrant des points pour chaque décision de dépense**. La première année du programme, ce choix a permis à l'entreprise d'économiser 36 %. L'équipe de Zajda repense également ses options d'hébergement. Les membres du personnel itinérant de l'entreprise qui sont sur la route neuf à douze mois par an séjournent souvent dans un Airbnb plutôt que dans un hôtel cinq étoiles. Zajda note que ce type d'expérience a non seulement amélioré la qualité de vie des voyageurs, mais a également **permis à l'entreprise d'économiser plus de 100 000 dollars en un an**.



Faire face aux impacts du travail à domicile sur les voyages



Les limites de plus en plus floues entre la vie au travail et la vie à la maison ont affecté chaque partie de chaque entreprise, y compris les déplacements. Jusqu'à présent, deux tendances clés ont émergé :

- l'intérêt pour les voyages « de loisirs » s'est accéléré, avec des vacances personnelles prises à l'occasion de voyages d'affaires ;
- les déplacements entre le domicile des employés et leur siège social sont devenus de plus en plus souvent un vrai défi.

Dans les deux cas, **une politique claire et une collaboration avec les RH sont essentielles.**

Faire face aux impacts du travail à domicile sur les voyages

L'équipe du bureau des voyages de l'**État du Michigan** modifie les **politiques pour s'assurer que les travailleurs à distance et mobiles soient à l'aise et confiants dans la gestion des dépenses et des déplacements**. Par exemple, en ce qui concerne le kilométrage, des politiques faciles à comprendre indiquent où le suivi du kilométrage doit commencer et ce qui est éligible au remboursement.



Chez **ADTRAV**, l'équipe de voyage a conçu un outil pour aider les agents et les clients à gérer facilement les voyages d'affaires et personnels, et à répartir les dépenses. Elle conseille aux clients de **définir clairement les politiques de voyage et les processus opérationnels** concernant ces types de voyages, car **combiner les voyages d'affaires et de loisirs entraîne une satisfaction accrue des employés**. En plus de s'adapter aux voyages de type « loisirs », la récente augmentation du nombre de travailleurs à distance oblige les entreprises à établir des politiques concernant les remboursements des déplacements au bureau.



DÉFI
N° 6 :

s'adapter à des réunions de plus en plus petites.

Avec une main-d'œuvre de plus en plus dispersée, le besoin de réunions d'équipe plus petites et plus fréquentes a également augmenté. Ces réunions constituent **un moyen efficace de favoriser le teambuilding** pour les personnes qui ne se promènent pas dans le même bâtiment tous les jours ou qui ne se voient jamais autour de la machine à café.

Et comme de nombreuses entreprises ont réduit les espaces de réunion au sein de leurs propres installations, des équipes individuelles de 5, 10 ou 20 personnes doivent s'organiser elles-mêmes pour se réunir.

Comment vos pairs font-ils face à cette tendance ?

Les clients SAP Concur recherchent **des outils technologiques simples** pour aider les utilisateurs de base, et non les planificateurs et les responsables d'événements à temps plein, à apporter structure, sécurité et économies à des rassemblements de ce type. [Concur Event Management by Groupize](#), par exemple, permet à ces équipes de :

- simplifier l'inscription et le suivi des participants ;
- appliquer des politiques avec des règles et des flux de travail d'approbation ;
- utiliser des tableaux de bord pour suivre facilement les dépenses et soutenir l'obligation de diligence ;

Aborder activement le développement durable



Le développement durable est passé d'un sujet de conversation informelle à **une priorité incontournable pour pratiquement tous les programmes de voyage**. La question, bien sûr, est de savoir comment s'adapter.

Comment élaborerez-vous **les stratégies, politiques et outils qui ont un impact réel** sur l'environnement en réduisant l'empreinte environnementale de votre programme de voyage ?

Vos pairs commencent par **mesurer**.



Dorothy Chan, SCM and Sustainability Change chez Standard Chartered Bank, affirme que de bonnes mesures sont essentielles pour faciliter les discussions sur le développement durable. **Les indicateurs rendent le développement durable réel pour les décideurs :** ils montrent aux équipes comment concentrer leurs politiques et ajuster les outils de voyage pour que le choix le plus durable soit aussi le plus évident.

Italo Belmattino, Manager, Finance Transformation pour PwC Italie, renchérit. L'équipe de PwC a collaboré avec SAP Concur pour fournir des mesures précises de l'impact de leurs voyages d'affaires en termes d'émissions de carbone. Par conséquent, **les utilisateurs sont plus conscients de leurs choix de voyage et l'équipe est en mesure de mesurer avec précision les tendances/progrès** en matière d'émissions et d'influencer leur chaîne d'approvisionnement.

Soutien et stratégie

Tant qu'il y a des voyages d'affaires, il y aura des défis liés aux voyages d'affaires. Il y aura également des milliers de vos pairs avec d'innombrables outils, conseils et idées pour vous aider à relever ces défis directement.

Vous trouverez plus d'assistance, de stratégies et de technologie [ici](#).

