

ΑΠΟ ΤΗ ΜΑΡΙΑ ΑΚΡΙΒΟΥ

# ΤΟ ΝΕΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ BUSINESS TRAVEL

Ο CEO του Ομίλου Marine Tours, Κωνσταντίνος Οικονόμου, εξηγεί πώς διαμορφώνεται σήμερα η εικόνα των επαγγελματικών ταξιδιών και τι αναζητούν πλέον περισσότερο οι οργανισμοί.

# T

**Ο BUSINESS TRAVEL** γίνεται πιο στοχευμένο, πιο ανθρώπινο και πιο ανθεκτικό, με τεχνολογία και εμπειρία να καθοδηγούν αποφάσεις και αποτελέσματα. Κατά τη

διάρκεια της πανδημίας δεν ήταν λίγοι εκείνοι που υποστήριζαν ότι η ζήτηση για επαγγελματικά ταξίδια θα αντικατασταθεί από τις τηλεδιασκέψεις και ότι οι διοικήσεις των εταιρειών θα προτιμήσουν να αξιοποιήσουν το συγκεκριμένο budget για άλλους σκοπούς. Τελικά, μια πενταετία μετά, η ίδια η πραγματικότητα έρχεται να διαψεύσει τις ταξιδιωτικές «Κασσάνδρες», καθώς το business travel όχι μόνο ανθεί, αλλά αποτελεί και αναπόσπαστο κομμάτι της αναπτυξιακής στρατηγικής μιας επιχείρησης. Η ανθρώπινη επαφή, η χειραγώγηση, αλλά και η ανάγκη να περνάει κανείς πολύτιμο και παραγωγικό χρόνο με τους συνεργάτες του, είναι καθοριστικής σημασίας για την περαιτέρω σύσφιξη των υφιστάμενων επαγγελματικών σχέσεων, αλλά και για το κλείσιμο μιας σημαντικής συμφωνίας.

Από το 1980 που έκανε το επίσημο ντεμπούτο της στην αγορά, η Marine Tours έχει καθιερωθεί ως πρότυπος ταξιδιωτικός οργανισμός με εξειδίκευση στα επαγγελματικά ταξίδια. Η εμπειρία, οι συνεργασίες και η καθημερινή επαφή με τις ανάγκες των πελατών της της επιτρέπουν να στέκεται δίπλα τους όχι μόνο ως διαχειριστής ταξιδιών, αλλά και ως συνεργάτιδα που συμβάλλει ενεργά στην ανάπτυξή τους. Ο CEO του Ομίλου Marine Tours, Κωνσταντίνος Οικονόμου, εξηγεί στο *Fortune Greece* γιατί το επαγγελματικό ταξίδι πρέπει να αντιμετωπίζεται ως επένδυση η οποία διέπεται από δομημένο σχεδιασμό και ξεκάθαρο στόχευση, μοιράζεται τη δική του εκτίμηση αναφορικά με το πώς αναμένεται να εξελιχθεί ο ρόλος των travel management companies τα επόμενα χρόνια και απαντά στο ερώτημα του κατά πόσο μπορεί να επιτευχθεί ισορροπία ανάμεσα στο κόστος ταξιδιών, στην ταξιδιωτική εμπειρία των στελεχών και την επίτευξη των εταιρικών στόχων.

**Σε τι βαθμό έχει αλλάξει το business travel τα τελευταία χρόνια και γιατί πλέον μια τέτοια υπηρεσία θεωρείται κρίσιμη επιχειρησιακή λειτουργία για την ανάπτυξη ενός οργανισμού;**

Σήμερα, τα επαγγελματικά ταξίδια δεν αξιολογούνται μόνο με όρους κόστους ή οργάνωσης, αλλά και ως μέρος μιας ευρύτερης εξίσωσης που συνδέεται με την παραγωγικότητα των ανθρώπων, τη συνέπεια των λειτουργιών και την ποιότητα της συνολικής επιχειρησιακής εμπειρίας. Παράλληλα, τα ταξιδιωτικά προγράμματα γίνονται πιο σύνθετα, με μεγαλύτερη ανάγκη για έλεγχο, ορατότητα και ευθυγράμμιση με τις πολιτικές και τους στρατηγικούς στόχους κάθε οργανισμού.

Σε αυτό το πλαίσιο, το business travel εξελίσσεται σε μια πιο δομημένη και στρατηγική λειτουργία, που απαιτεί σχεδιασμό, συνέπεια και συνεχή παρακολούθηση.



▲ **Η παγκόσμια αγορά επαγγελματικών ταξιδιών αναμένεται να ξεπεράσει τα 2,7 τρις. δολάρια έως το 2030.**

Στη Marine Tours, συμμετέχουμε ενεργά σε αυτήν τη μετάβαση, υποστηρίζοντας τους οργανισμούς στον σχεδιασμό και στην εξέλιξη του τρόπου με τον οποίο προσεγγίζουν τα επαγγελματικά τους ταξίδια: όχι ως μια επιμέρους διαδικασία, αλλά ως ένα εργαλείο που, όταν σχεδιαστεί σωστά, μπορεί να υποστηρίξει την απόδοση και την ανάπτυξή τους. **Έχουμε επανέλθει στα προ πανδημίας επίπεδα; Διότι απόρροια της υγειονομικής κρίσης ήταν μια νέα κατάσταση όπου αρκετές επιχειρήσεις αντικατέστησαν τις διά ζώσης επαγγελματικές συναντήσεις και τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις με διαδικτυακά meetings.**

Σε μεγάλο βαθμό, η δραστηριότητα του business travel έχει επανέλθει. Ωστόσο, αυτό που έχει αλλάξει περισσότερο είναι ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζονται πλέον τα επαγγελματικά ταξίδια.

Τα τελευταία χρόνια λειτούργησαν ως ένα σημείο επαναξιολόγησης και επανασχεδιασμού. Οι οργανισμοί που υποστηρίζουμε σήμερα δεν ταξιδεύουν λιγότερο, αλλά πιο στοχευμένα. Κάθε μετακίνηση συνδέεται πιο ξεκάθαρα με έναν σκοπό και με το αποτέλεσμα που θέλουν να πετύχουν. Παράλληλα, έχει αναδειχθεί ακόμη πιο έντονα η αξία της φυσικής παρουσίας. Οι άνθρωποι χρειάζονται να βρίσκονται μαζί όταν πρόκειται να χτίσουν σχέσεις εμπιστοσύνης, να διαπραγματευτούν ή να πάρουν κρίσι-

μες αποφάσεις. Αυτό δεν αντικαθίσταται. Τα ταξίδια εντάσσονται σε ένα πιο δομημένο πλαίσιο, με καλύτερο σχεδιασμό και μεγαλύτερη έμφαση στην εμπειρία των ανθρώπων που ταξιδεύουν. Και τελικά, αυτό οδηγεί και σε πιο ουσιαστικά αποτελέσματα για τους ίδιους τους οργανισμούς.

**Σε ένα περιβάλλον όπου οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην παγκόσμια αγορά, ποια είναι τα μεγαλύτερα «τυφλά σημεία» στη διαχείριση σύνθετων ταξιδιωτικών προγραμμάτων και πώς μπορεί να υπάρξουν πραγματικό visibility και έλεγχος;**

Η διαχείριση των επαγγελματικών ταξιδιών είναι μια σύνθετη και απαιτητική διαδικασία, η οποία προϋποθέτει ένα ξεκάθαρο και καλά ορισμένο πλαίσιο λειτουργίας. Όταν η ταξιδιωτική πολιτική είναι προσαρμοσμένη στις πραγματικές ανάγκες και στην κουλτούρα της εταιρείας, τότε ο έλεγχος και η ορατότητα προκύπτουν φυσικά, χωρίς να προκαλείται τριβή στην καθημερινότητα.

Στη Marine Tours το βιώνουμε καθημερινά αυτό υποστηρίζοντας τους πελάτες μας. Το ζητούμενο δεν είναι να υπάρχει απλώς ένα travel policy, αλλά να είναι εφαρμόσιμο, να εξελίσσεται και να εξυπηρετεί πραγματικά τους ανθρώπους που ταξιδεύουν, τον προϋπολογισμό της εταιρείας και τους στόχους της.

Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο συμμετέχουμε ενεργά σε όλη αυτήν τη διαδικασία: από τον αρχικό σχεδιασμό, μέχρι την εφαρμογή και τη συνεχή βελτίωση. Με την υποστήριξη της τεχνολογίας, αλλά και με τη συμβολή των ανθρώπων μας, διασφαλίζουμε ότι το ταξιδιωτικό πρόγραμμα παραμένει λειτουργικό, ασφαλές και ευθυγραμμισμένο με τις ανάγκες του οργανισμού.

**Ποιο είναι το σημείο καμπής που η τεχνολογία και η τεχνητή νοημοσύνη παύουν να είναι «εργαλεία» και γίνονται στρατηγικοί σύμβουλοι στη λήψη αποφάσεων για τα ταξίδια;**

Για εμάς, η τεχνολογία αποτελεί βασικό πυλώνα τόσο των εσωτερικών μας λειτουργιών —σε επίπεδο διαχείρισης, ασφάλειας και αξιοπιστίας— όσο και των λύσεων που σχεδιάζουμε για τους πελάτες μας. Επενδύουμε συστηματικά σε αυτήν, γιατί γνωρίζουμε ότι αποτελεί προϋπόθεση για καλύτερη πληροφόρηση, ταχύτητα και αποτελεσμα-

τικότητα. Ταυτόχρονα, η αξία της δεν βρίσκεται μόνο στις δυνατότητές της, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο εντάσσεται στην καθημερινή λειτουργία ενός οργανισμού. Αυτό είναι και το σημείο στο οποίο απαιτούνται εμπειρία και κατανόηση, ώστε η τεχνολογία να λειτουργεί ουσιαστικά, να υποστηρίζει τις πραγματικές ανάγκες και να δημιουργεί αξία.

Η προσέγγιση της Marine Tours είναι ότι η τεχνολογία δεν λειτουργεί απομονωμένα, αλλά εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο εξυπηρέτησης για κάθε πελάτη που συνδυάζει δεδομένα με ανθρώπινη εμπειρία και κρίση. Στόχος είναι να διαμορφώνονται λύσεις που έχουν πρακτική εφαρμογή και αξία, υποστηρίζοντας τη λήψη αποφάσεων με τρόπο ουσιαστικό και αξιόπιστο. **Υπάρχει τρόπος ένας οργανισμός να καταφέρει να ισορροπήσει ανάμεσα στη μείωση κόστους και τη διασφάλιση μιας ποιοτικής ταξιδιωτικής εμπειρίας που ενισχύει την παραγωγικότητα των στελεχών του;**

Τα επαγγελματικά ταξίδια αποτελούν επένδυση για έναν οργανισμό και αξιολογούνται σε σχέση με την αξία που δημιουργούν. Όταν η προσέγγιση εστιάζει αποκλειστικά στον περιορισμό του κόστους, υπάρχει ο κίνδυνος να επηρεαστεί η αποτελεσματικότητα των ανθρώπων που ταξιδεύουν και, κατ'επέκταση, το ίδιο το αποτέλεσμα που επιδιώκεται. Αντίστοιχα, όταν υπάρχει σωστός σχεδιασμός, το ταξιδιωτικό πρόγραμμα μπορεί να υποστηρίξει ταυτόχρονα τον έλεγχο και την αποτελεσματικότητα του κόστους και μια ποιοτική ταξιδιωτική εμπειρία με ασφάλεια. Μια εμπειρία που επιτρέπει στους ανθρώπους να παραμένουν λειτουργικοί, συγκεντρωμένοι και αποδοτικοί, να νιώθουν ότι εκτιμώνται, συμβάλλοντας ουσιαστικά στο αποτέλεσμα που επιδιώκει κάθε οργανισμός.

Στην πράξη, αυτό που επιδιώκουμε μέσα από τη συνεργασία με τους πελάτες μας είναι να σχεδιάζουμε ταξιδιωτικά προγράμματα που κατευθύνουν τους διαθέσιμους πόρους με τρόπο στοχευμένο και αποδοτικό, διασφαλίζοντας ότι κάθε ταξίδι εξυπηρετεί τους ξεκάθαρους επιχειρησιακούς σκοπούς και συμβάλλει στους στρατηγικούς στόχους της εταιρείας.

**Με δεδομένη την αβεβαιότητα του διεθνούς γεωπολιτικού επίπεδο, τι σημαίνει πραγματικά ευελιξία σε ένα ταξιδιωτικό πρόγραμμα;**

Αν δούμε τη «μεγάλη εικόνα», το διεθνές περιβάλλον χαρακτηρίζεται πλέον διαρκώς από μεταβολές και disruptions. Αυτό δεν είναι κάτι νέο για τον κλάδο μας — το έχουμε δει να επαναλαμβάνεται με διαφορετικές μορφές εδώ και δεκαετίες. Από νφαιστειακές εκρήξεις που επηρέασαν τον ευρωπαϊκό εναέριο χώρο, μέχρι πανδημίες, γεωπολιτικές εξελίξεις ή ακραία καιρικά φαινόμενα, το ταξίδι ήταν ανέκαθεν ένα πεδίο που δοκιμαζόταν.

Η ουσία, λοιπόν, δεν είναι αν θα υπάρξουν ανατροπές, αλλά πόσο προετοιμασμένος είναι ένας οργανισμός να τις διαχειριστεί. Για εμάς, η ευελιξία δεν είναι αντίδραση της στιγμής. Είναι αποτέλεσμα εμπειρίας, δομών και συνεργασιών που έχουν χτιστεί σε βάθος χρόνου. Είναι η ικανότητα να μπορείς να υποστηρίξεις τους ανθρώπους που ταξιδεύουν με συνέπεια και ασφάλεια, ακόμη και όταν οι συνθήκες αλλάζουν. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, η αξία της τεχνογνωσίας, του διεθνούς δικτύου και των σωστών συνεργασιών γίνεται ακόμη πιο καθοριστική. Δεν πρόκειται απλώς για τη διαχείριση ενός ταξιδιού, αλλά για τη διασφάλιση ότι ο οργανισμός μπορεί να συνεχίσει να λειτουργεί απρόσκοπτα.

**Ποια θα λέγατε ότι είναι η μεγαλύτερη παρανόηση που υφίσταται σήμερα γύρω από το business travel; Υπάρχουν ακόμη επιχειρήσεις που το βλέπουν ως λειτουργικό κόστος, παρά ως αναπτυξιακό εργαλείο;**

Η μεγαλύτερη παρανόηση είναι ότι τα επαγγελματικά ταξίδια αποτελούν κατά βάση κόστος. Στην πραγματικότητα, είναι επένδυση και είναι άμεσα συνδεδεμένα με την ανάπτυξη και την ευημερία ενός οργανισμού. Μέσα από τα επαγγελματικά ταξίδια, οι άνθρωποι έρχονται σε επαφή, χτίζουν σχέσεις εμπιστοσύνης, εξελίσσουν συνεργασίες και δημιουργούν τις συνθήκες για ουσιαστικές επιχειρηματικές αποφάσεις/συνέργειες. Αυτή η διάσταση του business travel είναι που του δίνει και τη μεγαλύτερη αξία.

Αυτό που βλέπουμε όλο και περισσότερο είναι ότι οι οργανισμοί που προσεγγίζουν το business travel πιο στρατηγικά, το εντάσσουν σε ένα ευρύτερο πλαίσιο που συνδέεται άμεσα με τη συνολική τους στρατηγική κατεύθυνση. Δίνουν έμφαση στον σχεδιασμό, στην εμπειρία των ανθρώπων τους και στο πώς κάθε ταξίδι μπορεί να υποστηρίξει ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Μέσα από τη συνεργασία μας με οργανισμούς από όλο το φάσμα των κλάδων της οικονομίας, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, γίνεται ξεκάθαρο ότι, όταν το business travel αντιμετωπίζεται ως επένδυση και με σαφή στόχευση, εξελίσσεται σε ένα εργαλείο που συμβάλλει στην πορεία και την ανάπτυξή τους.

**«Η ευελιξία δεν είναι αντίδραση της στιγμής. Είναι αποτέλεσμα εμπειρίας, δομών και συνεργασιών που έχουν χτιστεί σε βάθος χρόνου».**

**Πώς βλέπετε να εξελίσσεται ο ρόλος των travel management companies τα επόμενα χρόνια;**

Οι οργανισμοί σήμερα δεν αναζητούν απλώς έναν συνεργάτη που θα διαχειριστεί τα ταξίδια τους, αλλά και έναν συνεργάτη που θα μπορεί να βοηθήσει ενεργά στον σχεδιασμό και στη συνεχή εξέλιξη του ταξιδιωτικού τους προγράμματος, σε συνάρτηση με τις ανάγκες και τους στόχους τους. Αυτό σημαίνει βαθύτερη κατανόηση του τρόπου λειτουργίας κάθε οργανισμού, στενότερη συνεργασία και μεγαλύτερη ευθύνη στη διαμόρφωση λύσεων που λειτουργούν στην πράξη και υποστηρίζουν τους ανθρώπους που ταξιδεύουν.

Παράλληλα, η αξιοποίηση της τεχνολογίας και των δεδομένων ενισχύει σημαντικά αυτό τον ρόλο, χωρίς όμως να τον υποκαθιστά. Η αξία βρίσκεται στη δυνατότητα να μετατρέπεται η πληροφορία σε κατεύθυνση και σε αποφάσεις που έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο.

**Κάνοντας μια προβολή στο εγγύς μέλλον, τι είναι αυτό που εκτιμάτε ότι θα ζητούν ολοένα και περισσότερο οι πελάτες σας;**

Οι πελάτες μας αναζητούν ένα περιβάλλον στο οποίο μπορούν να βασίζονται. Θέλουν σαφήνεια, αξιοπιστία και μια στάση που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους, αλλά ταυτόχρονα να υποστηρίζει ουσιαστικά τους ανθρώπους τους στην καθημερινότητά τους.

Σε αυτό το πλαίσιο, η δική μας ευθύνη είναι να εξελισσόμαστε με τρόπο που να προηγείται των αναγκών. Να αξιοποιούμε την εμπειρία μας, τα δεδομένα και την τεχνολογία, ώστε να διαμορφώνουμε λύσεις που δεν καλύπτουν απλώς το σήμερα, αλλά προετοιμάζουν και τους οργανισμούς για το επόμενο βήμα.

Στη Marine Tours, αυτή η προσέγγιση βασίζεται πάνω απ' όλα στους ανθρώπους μας. Στην εμπειρία τους, την κρίση τους και την ικανότητά τους να υποστηρίζουν τους πελάτες μας με συνέπεια, ακόμη και υπό δύσκολες συνθήκες.

Εν κατακλείδι, αυτό που επιδιώκουμε είναι να δημιουργούμε ένα πλαίσιο συνεργασίας μέσα στο οποίο οι οργανισμοί μπορούν να κινούνται με σιγουριά, γνωρίζοντας ότι έχουν δίπλα τους έναν συνεργάτη που δεν ακολουθεί απλώς τις εξελίξεις, αλλά συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωσή τους και υποστηρίζει ουσιαστικά την προσαρμογή τους σε αυτές. ■