



## **AMERICAN EXPRESS VOYAGES D'AFFAIRES PRÉSENTE UNE PLATEFORME AUTOMATIQUE DE COMMANDE CENTRALISÉE AINSI QU'UNE SÉRIE DE SOLUTIONS POUR APRÉHENDER LES IMPRÉVUS**

- *La situation de crise provoquée par le nuage de cendres volcaniques a mis l'accent sur la nécessité pour les entreprises d'avoir un suivi des voyageurs, des outils de communication instantanée et un service stratégique et compétent de conseillers en voyages –*
- *L'entreprise donne 10 conseils pour gérer efficacement un programme de voyage en cas de crise –*

**Communiqué de presse** - New York, NY – 28 avril 2010 - **Paris 4 Mai 2010** - Plus de 150 000 clients voyageurs ont été affectés par l'incident du nuage de cendres. Pour permettre aux entreprises d'appréhender au mieux ces impondérables, American Express, leader mondial du Voyage d'Affaires, met aujourd'hui à disposition des entreprises abonnées au service « Business Continuity », une plateforme de commande centralisée. Les leçons tirées lors de l'épisode du nuage de cendres volcaniques ont montré l'importance d'un échange constant entre les différents départements de l'entreprise (Sécurité, Voyages, Finances, etc) et les équipes expérimentées de la TMC, qui grâce à leur persévérance et créativité ont permis d'affronter cette situation inédite avec succès.

American Express Voyages d'Affaires propose un service « Business Continuity » constitué d'une série de produits articulés autour d'une plateforme en ligne de commande centralisée regroupant les outils de suivi des voyageurs ainsi qu'une messagerie instantanée automatique pour les employés, très utile en temps de crise. Ce portail, gratuit pour les clients abonnés au service « Business Continuity » comprend des plages d'accès horaire plus larges ainsi qu'une solution de téléprésence/téléconférence alternative aux canaux traditionnels (avion, voiture, train) lorsqu'ils ne sont pas accessibles.

« Les récentes perturbations de transport causées par le nuage de cendres volcaniques ont mis l'accent sur la nécessité pour les entreprises d'avoir une plateforme de commande centralisée pour pouvoir gérer l'information. Il était nécessaire de localiser et de reloger les voyageurs ainsi que de diffuser l'information à grande échelle pour les voyageurs bloqués et les employés qui n'étaient pas encore partis », a déclaré Eric Audoin, VP et Directeur Général d'American Express Voyages d'Affaires France.

« Ces fonctionnalités cruciales requièrent à la fois de la réactivité de la part de conseillers en voyages expérimentés et des outils particulièrement sophistiqués. Partout dans le monde, notre réseau et nos conseillers en voyages ont su faire preuve de créativité, de flexibilité et de persévérance – effectuant plus de 12 000 heures supplémentaires – afin de permettre aux voyageurs de rentrer chez eux ou de modifier leur trajet, » a Eric Audoin, VP et Directeur Général d'American Express Voyages d'Affaires France.

## **10 bons conseils en cas de perturbation inattendue du trafic**

Lors de la toute dernière crise, les sociétés avec un plan déjà établi étaient manifestement plus à même de venir en aide à leurs voyageurs et entreprises. Pour inciter les entreprises à se préparer et à assurer la continuité de leurs activités en cas de perturbation inattendue du trafic, American Express a dressé la liste de conseils suivante :

1. **Savoir être un filet de sécurité.** Les voyageurs en détresse se tournent vers leurs gestionnaires de voyage et s'attendent à une attention particulière de la part de leur propre service. Pour subvenir correctement aux besoins des voyageurs et de l'entreprise, il est donc crucial de mettre en place une collaboration efficace entre les différents services (Voyages, Risque/Sécurité, Finances, Communication, Approvisionnement, Technologie et Ressources Humaines). Anticiper, établir une liste des bonnes personnes à contacter et avoir une procédure « ad hoc » en place.
2. **Avoir un œil neuf.** Rien n'est plus important que de pouvoir localiser vos voyageurs et de s'assurer de leur sécurité. L'entreprise dispose-t-elle des outils appropriés pour suivre ses voyageurs en cas d'urgence ? Est-elle en mesure d'accéder rapidement à ces informations, soit grâce à des rapports à la demande et/ou via une interface utilisateur ? combinaison des deux. La politique de voyages est un excellent moyen de promouvoir l'utilisation de ces outils : insister sur l'importance de faire des réservations (avion ET hôtel, train) et les modifications nécessaires ç travers les bons circuits d'approbation .
3. **Évaluer les besoins de l'entreprise par rapport aux services auxquelles elle a souscrit.** Comprennent-ils des indemnités en cas de situation d'urgence et un accès en dehors des heures d'ouverture ? Est-il intelligible pour l'ensemble des collaborateurs ? En cas d'imprévu, seront-ils en mesure de contacter l'agence et de recevoir l'aide dont ils ont besoin ?
4. **Piloter la stratégie de communication de l'entreprise avec les voyageurs.** Celle-ci doit permettre de communiquer (dans les deux sens et en temps réel) avec les employés et les voyageurs de manière à la fois individuelle et collective. Les meilleures solutions mobiles proposent aujourd'hui une combinaison d'applications smart phone et de messagerie texte permettant de recevoir des alertes live et un support opportun de la TMC. Dans le cas où les réseaux mobiles ne seraient pas disponibles, l'entreprise dispose-t-elle d'un plan de communication alternatif (site internet, médias sociaux et réseau filaire) ?
5. **Piloter la stratégie de communication de l'entreprise avec les voyageurs, Partie II.** Pourquoi ne pas envisagez un portail web capable de cibler les voyageurs en fonction de leurs préférences et de leur historique de voyage, alimenté en temps et en heure par des informations utiles concernant le vol. Autre point fort de cet outil : les voyageurs prennent rapidement l'habitude de consulter ce portail pour toute information relative à leurs voyages. Une solution qui favrise ainsi les gains de productivité, les économies et le respect de la politique voyages de l'entreprise.
6. **Adopter la téléprésence et la téléconférence.** Avec le développement des salles de téléprésence, ce service devient plus intéressant, en particulier pour les entreprises ne souhaitant pas investir dans leurs propres installations. Idem pour la téléconférence qui a fait son chemin.. Une solution de plateforme pour l'ensemble de ces services permet de faciliter les réservations et diminue la perte de productivité due aux interruptions du trafic.

7. **Recycler les billets.** Grâce à une application automatique de suivi de billets, vous pourrez identifier tous les billets non utilisés. Les billets remboursables représentent aussi du cash et les billets non remboursables peuvent souvent être réutilisés lors de prochains voyages .
8. **Avoir un œil sur le ROI.** Certaines de ces solutions « voyages » nécessitent un investissement qu'il est important de pouvoir mesurer pour trouver un équilibre entre les coûts et les bénéfices potentiels pour l'entreprise et ses collaborateurs.
9. **Dialoguer.** Les forums en ligne et les espaces de discussions offrent de véritables opportunités de partager expériences , connaissances et conseils.
10. **Débriefer.** Discuter avec les voyageurs affectés et partager leur expérience auprès des fournisseurs de l'entreprise afin qu'ils puissent en tenir compte dans leur stratégie produit, leurs procédures et leur plan de gestion de crise. Certains fournisseurs se montreront peut être plus conciliants que d'autres pour proposer des solutions alternatives aux voyageurs (refus de changement de réservation ou autres frais...) ? Des éléments à bien garder en tête lors des phases de renégociations. Un sondage ou un questionnaire envoyé à chaque employé peut également aider à identifier les effets latents et les éventuelles lacunes de la PVE, voire témoigner d'une adhésion de la part des collaborateurs.

### **Dans le contexte des cendres volcaniques**

American Express a renforcé son réseau mondial de distribution de services afin de venir en aide aux clients dépourvus de transport et de logement. Pour venir en aide aux voyageurs bloqués, American Express a également affrété des bus et des vols à partir de nombreuses destinations dans le monde.

- Plus de 100 000 avions ont été cloués au sol à cause des cendres volcaniques.
- Plus de 150 000 voyageurs ont été touchés par ces perturbations (tant les passagers bloqués par la fermeture des couloirs aériens et ne pouvant arriver à destination que ceux qui étaient sur le point de partir en voyage).
- Durant la crise, les conseillers en voyages ont effectué et reçu plus d'1 million d'appels, soit 60 pour cent de plus qu'en temps normal à cette même période de l'année.
- Pour faire face à cette incroyable augmentation de la demande, nous avons globalement étendu les horaires du service opérations. Les conseillers en voyages ont ainsi enregistré plus de 12 000 heures de travail supplémentaires.
- Nous avons procédé à des avances de frais d'urgence à nos membres et voyageurs afin qu'ils puissent payer la prolongation de leur séjour due aux annulations de vol et les avons également aidés avec des solutions de remplacement.
- Plus de 100 messages ont été rédigés afin de diffuser les informations de dernière minute aux employés et aux clients. L'entreprise a également mis à jour son site média social ([businesstravelconnexion.com](http://businesstravelconnexion.com)), donnant ainsi des renseignements sur la fermeture des aéroports et les services proposés.

### **Contacts Presse American Express :**

Béatrice Hervieu / Chrystelle Castellani 01 47 77 78 45/ 30 31

**A propos d'American Express Voyages d'Affaires**

American Express Business Travel ([www.americanexpress.com/businesstravel](http://www.americanexpress.com/businesstravel)) est une division du groupe American Express, dont la vocation est d'accompagner ses clients dans l'optimisation de leur politique de voyages d'affaires en s'appuyant notamment sur une meilleure maîtrise des coûts et des dépenses et sur un service clients de qualité.

American Express propose aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'aux grands comptes tout un ensemble de solutions de réservation à la pointe de l'industrie, une expertise en conseil et gestion du voyage, un accompagnement dans la recherche de partenaires et dans le cadre de négociations avec des fournisseurs, et des services clients on et offline accessibles partout dans le monde.

Avec un volume de ventes de plus de 21,5 milliards de dollars (2009), American Express possède l'un des plus importants réseaux d'agences de voyages dans plus de 140 pays à travers le monde. American Express Company ([www.americanexpress.com](http://www.americanexpress.com)) est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers, fondé en 1850. American Express est un leader mondial dans le secteur des cartes de paiement et de crédit, des Traveler Chèques, du voyage et du service aux entreprises. [www.americanexpress.fr/voyagesdaffaires](http://www.americanexpress.fr/voyagesdaffaires)