

# Carrefour des Échanges Travel & MICE par GBTA

Mardi 26 novembre

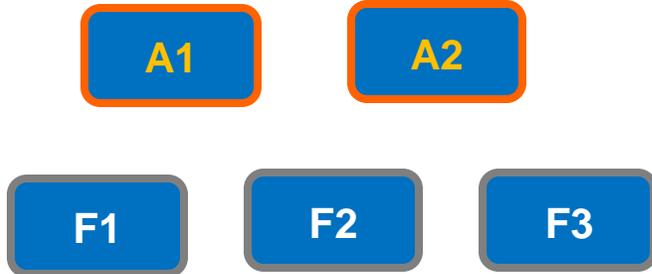


*Le* MERIDIEN  
ETOILE



**REJOLT**

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers



Restitution de groupes

Panel N°1

Cohérence des données

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers

## Les principaux challenges rencontrés sur les données

- Trop de données : quel objectif ? lesquelles exploiter ?
- Comment reconcilier la donnée
- Comment travailler les données pour limiter le leakage

## Bonnes pratiques observées

- Définir les reporting à générer : Data performance du fournisseur / data savings / data negotiation ? environnemental
- Audit des données et audit de la compliance
- Automatiser le contrôle / IA ?

## Questions aux fournisseurs

- Comment les fournisseurs peuvent travailler ensemble (concurrent ou TMC <-> Fournisseurs ?
- Quel projet d'harmonisation des data ?
- Quelles données souhaitez vous prendre en compte dans la performance ?
- (Quelle baseline de calcul de gains vs yield ?)

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers

## Les principaux challenges rencontrés sur les données

- **Délai pour la data**  
Même les TMC qui vendent la donnée “en temps réel”, elle est difficilement exploitable
- **Qualité de la data** remontée par les TMC aléatoire
- **L’intégration des données externes** n’est pas si simple (fournisseurs pas si agnostiques que ce qui est vendu)  
Incohérence entre ce qui est “vendu” par les équipes commerciales en phase d’AO

## Bonnes pratiques observées

- **Création de dashboard PowerBI** en interne pour agréger les données fournisseurs + hiérarchie interne
- **Dialogue avec les fournisseurs** pour fiabiliser la donnée  
→ sensibiliser / former les équipes opérationnels à l’importance de la donnée

## Questions aux fournisseurs

- Dans le cas d’un client en multi-agences: est-ce que les TMC sont en capacité de consolider la data ?
- Transparence des données : nous avons besoin de la donnée “frais de transaction” dans les reporting
- Besoin : réduire le nombre de rapports disponibles “sur étagère” pour en avoir moins mais consolidés et exploitables  
→ Est-ce possible d’avoir des reportings customisés sans frais additionnel ?  
Comment les fournisseurs “clean” leur data consolidée ?

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers

## Les principaux challenges rencontrés sur les données

- Complexité des sources
- Bonne compréhension du challenge par l'acheteur et par le fournisseur
- Absence ou faiblesse / fiabilité des données

## Bonnes pratiques observées

- Anticiper l'envoi des données brutes sous un format exploitable en amont des AO pour analyse
- Partager des informations marché aux acheteurs pour aider à créer un référentiel
- Donner l'objectif final de la donnée pour trouver un moyen commun de l'exploiter

## Recommandations pour les acheteurs

- Implication de l'intégralité des parties prenantes lors de la rédaction d'un besoin
- Rechallenge / revalider en interne les besoins et la cohérence des données pour être alignés
- Définir une source référente pour centraliser la donnée

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers

## Les principaux challenges rencontrés sur les données

- Data Hotels
- Data CO2
- Le leakage

## Bonnes pratiques observées

- Outils anti leakage 
- Faciliter l'agrégation 
- Une norme européenne de calcul 

## Recommandations pour les acheteurs

- Quelle serait votre liste au père Noel  sur les données ( quelle granularité) ?
- Est ce que vous avez un outil de consolidation  / reporting ou accompagnement Consultants ?
- Quel est leur mode de calcul C02  ?

# Cohérence des Données entre Fournisseurs et Acheteurs / Travel Managers

## Les principaux challenges rencontrés sur les données

- Sourcing et qualité de la data selon les prestataires impliqués (Homogénéité, Exhaustivité, Consolidation)
- Définition des objectifs - Why ? But recherché, modalités de traitement interne, alimentation et enrichissement des contenus.
- Fiabilité, sécurité et localisation des données

## Bonnes pratiques observées

- Concentration sur une base data (80/20) permettant la fiabilité des postes de dépenses principaux
- Concertation et ateliers entre fournisseurs afin d'élaborer un contenu homogène et pérenne selon cahier des charges clients
- Consolidation la data par typologie d'achat et expertise métier (exemple MICE)

## Recommandations pour les acheteurs

- Sélection fournisseur qui alimente, anime et pilote la data ( proactivité, vista marché)
- Privilégier une source simple et facilement utilisable
- Sélection d'un fournisseur permettant la mise à dispo hybride de data (Livrables et self service)