

---

## APPEL D'OFFRES AGENCE

---

Ce mémo est le résultat concret de 3 ateliers organisés en 2010 et 2011.

Il existe 2 formes d'appel d'offre :

RFI - Request For Information – permet de poser des questions ouvertes, de recueillir et consolider les meilleures pratiques.

RFP - Request For Proposal – impose les pratiques voulues par l'entreprise et permet de recueillir les réponses précises des capacités des agences.

La formulation retenue pour cet exercice est principalement le RFI. Il conviendra d'adapter les modes et les styles de question en fonction de la culture de son entreprise, de son contexte et du support RFI ou RFP. Suivant les rubriques, il est également possible de mixer les deux formulations.

Ce document est constitué de 3 parties

1 > Le rédactionnel : à l'occasion du troisième atelier, des groupes constitués de Travel Managers et de responsables des agences ont travaillé à la rédaction des principaux points d'un appel d'offres

2 > La liste des thèmes possibles : issue du second atelier, cette liste reprend 150 points qui peuvent être décrits dans un appel d'offres agence, classés par thèmes

3 > Le planning/rétroplanning d'un appel d'offres international (version animée en format Power Point)

---

### 1 - Rédactionnel de l'appel d'offres

A partir de la liste des 150 points de l'appel d'offre dressée lors de l'atelier N°2, 3 groupes (regroupant des Travel Managers présents et des commerciaux agences) ont travaillé à la formulation des spécifications. La synthèse des réponses des 3 groupes a ensuite été réalisée hors séance et constitue cette première partie. Seuls les principaux thèmes ont été repris. La liste fournie en deuxième partie permettra d'y apporter des compléments en fonction des besoins de chaque entreprise

#### Le marché

La société TOPIDEAL a comme activité (...).

Nous sommes présents dans 9 pays, France, USA, etc.

La répartition du CA par pays ainsi que la liste de nos principaux sites figure en annexe (à détailler le plus possible le nombre de transaction train, avion, hotel, car et les volumes).

Pour plus d'information vous pouvez vous référer à notre site internet ([www.topideal.com](http://www.topideal.com))

La société TOPIDEAL précise que cet appel d'offres concerne les services de billetterie, (...) et non le MICE (...).

Pour chacun de ces pays merci de nous préciser si l'agence est présente, dispose d'un réseau propre, intégré ou de partenaires ou a conclu des partenariats avec des partenaires.

Pour chaque pays, préciser votre CA, le nombre de clients grands comptes, citer quelques exemples d'organisation de grands comptes et le nom du ou des GDS utilisés.

## **Fees - Contrat**

Nous souhaitons fonctionner par transaction fees. Quelle grille de tarifs nous proposez-vous ?  
[ou]

Quel est le mode de rémunération dans votre société ? Veuillez nous proposer une grille de tarifs.  
A quel moment a lieu la facturation ? Réservation ? Confirmation ? Emission ?

## **Configuration de service**

Compte tenu de nos implantations, quelle configuration de service proposez-vous ?

En cas d'implant, quels sont les outils utilisés ? Quel est le profil du personnel en implant ? Quels sont les horaires d'ouverture du online/offline ? Quel est le cout pour un service 24 / 7 ?

Parmi le personnel de votre BTC, comment sont-ils organisés ? Equipe dédiée ? Quel est l'âge moyen du personnel ? Quel est le niveau moyen d'expérience ? (donner un organigramme et les profils de l'équipe)  
Le BTC est-il directement connecté au SBT ?

Comment se déroule la synchronisation des profils online/offline ? Qui est en charge de la mise à jour des profils ? (répondre par pays)

Décrire la procédure appliquée pour la récupération des billets non utilisés, pour la récupération des taxes perçues sur les billets annulés.

Proposer un exemple de facture avec en évidence les aspects suivants ; nom du voyageurs, matricule, ...

## **Account management**

Concernant votre proposition d'Account Management, quelles ressources mettez-vous à disposition ?

Décrire le rôle et fonction des interlocuteurs locaux et globaux ? Un organigramme ?

Décrire la capacité à générer des informations transversales (domaine d'activités)

Profil général de l'entreprise, répartition du business ?

Analyser les process existants et les optimiser.

Pour le key Account Manager combien de jour/ homme annuel ?

## **Conseil**

Décrivez votre capacité à apporter de la valeur à l'offre ? Illustrer par des exemples ? Décrivez votre capacité à générer des économies ? Quel est votre niveau d'engagement ?

KPI : Préciser les indicateurs et les méthodes de calcul pour mesurer la performance ?

## **Politique voyages**

Engagement et garantie du respect de la Politique Voyage (On et Off) ? Avez-vous un rôle de préconisation et de suggestion de bonnes pratiques ? Prise en compte des modifications ?

Délai d'application et d'intégration ?

Optimisation des contrats firmes ?

## **Qualité des services**

Quelle est votre capacité à honorer le SLA ?

Veuillez décrire le process de gestion des litiges (contacts (adresse email dédiée ?) / Délais (réponse sous 48 heures ?) / ... workflow).

Avez-vous un plan de continuité de service ?

Comment assurez-vous la formation de vos équipes en interne ?

Précisez comment gérez-vous les réservations en avance (advance booking) ?

Précisez les délais de traitement des réservations.

## Reporting

- Comment garantissez-vous la fiabilité des données ?
- Avec quel outil restituez-vous ces informations ?
- Précisez le niveau de détail et votre capacité à analyser les données ?
- Comment prenez-vous en compte la hiérarchie (structure) des comptes ?
- Quelles sont vos capacités à personnaliser les rapports ?
- Combien de licences prévoyez-vous ?
- Quel tarif de référence utilisez-vous pour réaliser le cahier d'économies ?

## Les profils voyageurs

- L'entreprise doit rester propriétaire de la base maître.
- Comment peut-on récupérer les informations ? Existe-t-il un process déjà en place ?
- Comment la base est-elle mise à jour ?
- Quelle est la structure des données disponibles (caractères, nombre de champs alpha num,...)
- La base doit être identique pour le On et le Off. La synchronisation doit être réciproque entre les deux modes de réservation.
- Quelle est la fréquence de mise à jour ?
- Quel est le minimum requis selon vous, la tolérance et la marge de manœuvre de ces mises à jour ?
- Concernant la confidentialité, qui accède aux informations, comment et à quel niveau ?
- Quel est votre engagement pour la mise à jour pour les cartes de paiement nouvelles ?

## Sécurité

- Quelle est votre capacité à transmettre l'exhaustivité des PNR en temps réel à un tiers.
- Précisez les outils qui vous sont propres et qui sont disponibles.
- L'agence doit être proactive, prendre l'initiative d'informer : quels moyens mettez-vous en œuvre pour cela ?
- L'agence doit être réactive et exhaustive sur demande du Travel Manager: quels moyens mettez-vous en œuvre pour cela ?
- Décrivez votre capacité à filtrer et consolider l'information avec des exemples illustratifs.
- Pouvez-vous identifier et alerter en amont si plusieurs voyageurs sont sur le même vol ?
- Quel est votre procédure de délestage en cas d'incident ? Merci d'illustrer au travers d'exemples (par exemple le dispositif mis en place lors de l'épisode du volcan islandais).

## Outils

- Quelles sont les répartitions des tâches et les engagements entre acteurs de la chaîne pour la gestion de la mise à jour, des bugs et des ruptures de services ?
- Décrivez votre plan de continuité en cas de défaillance de chacun des outils clés.
- Proposez-vous une solution portail individualisée ou un contrat direct avec l'éditeur ?
- Précisez comment vous envisagez le pilotage de l'adoption de l'outil en ligne.
- Comment pouvez-vous intégrer tel ou tel outil ?
- Quels sont vos conseils sur les différents outils du marché ?
- Quels conseils apportez-vous lors de l'implémentation ?

## Facturation

- Présenter le niveau de détail analytique des données de facturation fourni par votre outil de facturation.

Proposez-vous la dématérialisation des factures ? Permettez-vous un accès en ligne aux factures dématérialisées individualisé (par service, par société ... ?

Comment gérez-vous la transmission du détail des facturations des prestataires ?

Comment effectuez-vous le rattachement des avoirs aux factures ?

Préciser le processus de gestion de la facturation différée des hôtels et des locations de courte durée ?

Proposez-nous une SLA basée sur la qualité de facturation ?

## 2 - Liste des thèmes possibles à reprendre dans l'appel d'offres

### L'agence

La couverture géographique de l'agence.

Agence partenaire ou agence réseau intégré dans chaque pays.

Quels sont les partenariats de l'agence ? Carte/agence, SBT/agence, compagnie aérienne/agence...

Les informations financières

Les informations opérationnelles

Proximité des sites clients.

Communiquer plusieurs références clients du portefeuille par pays

Les atouts de l'agence pour permettre de globaliser

Effectuer des visites régulières et imprévues durant l'AO.

### Fees

Transaction Fee fully loaded

Management Fee, livre ouvert et discussion fin de période

Management Fee transactée

Description des modes de rémunération.

Avance de trésorerie

Prix par transaction (menu pricing, bundled, ...)

Définition des transactions, tous les types de transactions.

Explication sur les fees par segment, par billet ou fees en bundle ?

Définition d'un changement de billet impact sur le coût avant et après l'émission ?

Les modes de règlements

Super commission (SNCF rétrocession des commissions et super com. de 4,8% à 2,4%.

Toutes les commissions sont rétrocédées. Comment ?

Incentive pour un contrat de 5 ans versus 3 ans ?

Coût à la transaction offline et online (air, train, hotel, car, ...)

Merchant Fee : qui les prend en charge sur quel volume ?

Signing bonus ?

### RFP

RFP : Format de réponse précis (Format Excel avec case figée, ...)

Format unique ou cadré permettant une analyse facilitée commune et lisible.

Test réalisé avec la shortlist agence pour comparer les meilleurs prix par destination trouvés

Test comparatif « en live » des agences répondant à l'AO.

Effectuer des tests aussi de temps de réponse.

Bien définir les rôles et titres des interlocuteurs (Business Owner, Vente, Account Manager, implémentation, ...)

Présentation des équipes (physiquement + CV) en charge du client en cas de victoire à l'AO – Account Management + opérations

### Contrat

Contrat de confidentialité bilatéral au moment de l'appel d'offres.

Gestion de la sortie du contrat détaillée à préciser.

Description de transfert entre deux agences : soft, rapide et efficace.

### Configuration de service

Couverture géographique : localisation des BTC, agence dans chaque pays ?  
Quelle langue sur chaque BTC ? Répondre dans la langue locale  
Localisation des agents, langues parlés  
Conseil en amont sur structure agence (plateau, call center, e-center, explant, implant, ...)  
Quelle structure commerciale pour répondre aux besoins ?  
Equipe : quel taux de séniorité (< 2 ans, 2-5 ans, +5 ans)  
Agents dédiés ou partagés, (shared Team, preferred Team).  
Flexibilité / adaptabilité en ressources  
Organisation des plateaux. Heures ouverture des plateaux  
Quel back up en cas de problème ?

### Autres services

Département Visas ?  
Les assurances (rapatriement et annulation de billets)  
Meetings and Events  
Road Show  
Département VIP  
Service VIP disponible ou pas. A la carte?  
Services exceptionnels sur-mesure (affrètement avion, ...)  
Services voyages privés pour les salariés.

### Account management et/ou conseil

La structure commerciale pour la gestion du compte globalisé dans plusieurs pays ?  
Partage de best practices d'autres clients équivalents  
La capacité de l'agence à proposer de nouveaux process pour l'entreprise.  
Organisation du compte ?  
Key Account Managers ? Dédiés ?  
Account Manager, visites régulières des différents sites  
Conseil pour les signatures, les process d'approbation  
Conseil pour les ordres de mission.  
Optimisation en cas de crise.  
Peuvent-ils renégocier à notre place avec les compagnies aériennes ?  
Services de consulting pour négociation avec fournisseurs Travel  
Rôle du consulting  
Capacités d'accompagnement au changement.  
Benchmark des contrats aériens ?  
Garantie de la conformité à notre politique voyage  
Conseil en gestion des flux et processus de commande  
Conseil sur les paiements, carte ou invoicing ?  
Conseil et implémentation solution e-invoicing  
Conseils choix outils on line  
Problématique harmonisation du même outil sur plusieurs pays  
Avantages de la consolidation :  
Pour les voyageurs : unités des profils, sécurité, confort, suivi, fiabilisation, continuité, 24h  
Pour la société cliente : capacité de négociation, analyse, optimisation, éducation, formation.

KPI : Engagements sur des indicateurs de performances avec plan de bonus / malus sur nos frais d'actes avec un objectif mesuré dans le temps de ROI

% d'adoption on line

% de satisfaction sur enquêtes assistantes, voyageurs et TM

% de progression sur les économies réalisées

% de réduction sur l'ATP (average ticket price)

% d'augmentation des délais d'anticipation des réservations

### **Politique voyages**

Paramétrage de la politique voyage

Intégration de la politique voyage, efficacité, rapidité.

Gestion et intégration dans la politique voyage des Low Costs.

Paramétrage de la politique voyage dans les outils SBT simultanée au offline.

Pro activité : proposer des pistes d'économies auprès des voyageurs et Travel managers

Partage des bonnes pratiques

Explication, reporting des déviations (au niveau département et voyageur)

Intégration d'un programme hôtelier

### **Profils**

Synchronisation des profils, capacité à synchroniser les profils on et off.

Comment sont interfacés les profils ?

Comment gérer les profils en cas de changement ?

Eviter la saisie double pour les voyageurs et chargés de voyages

Gestion des profils voyageurs. Différence voyageurs ou salariés (un voyage, trois voyages)

Data Protection Law

Gestion des profils, aspect sécurité des données. Stockage sécurisé ?

Gestion des profils, changement d'agence transfert de profils en fin de contrat.

### **Réservation**

Capacité à générer des économies et trouver des astuces tarifaires

Capacité à proposer 2 ou 3 offres tarifaires par billet

Capacité à offrir les tarifs les plus bas du marché

Mis à jour des cartes abonnements

La réactivité, la disponibilité dans l'organisation des voyages complexes.

Flux de traitement, temps de réponse par téléphone, fax, email, SBT Délai

de réponse si indisponibilité

Assistances des voyageurs

Sensibilisation à la politique voyage

Modalité de modifications des billets

Réservation pour voyageurs handicapés

### **Livraison**

Livraison de billets de train ou autres billets/factures.

Coût des livraisons. Piste d'économies

Coût de la ligne hotline de l'outil.

Disponibilité des agents « online » ou hotline.

Assistance pendant la réservation

Gestion des billets électroniques et documents annexes.  
Clarté des itinéraires  
Process de notification d'annulation

### **Facturation**

Type de facturation.  
Clarté et lisibilité des factures : Nom voyageur, N° identifiant interne ou de projet  
Plusieurs lignes : Prix du billet, taxe, fee agence, merchant fee.  
La dématérialisation de la facturation.  
Le contenu et le détail des informations des factures dématérialisées au travers des différents prestataires dont l'agence  
Process pour la billetterie non utilisée ?  
Récupération des billets perdus ou oubliés.  
Récupérer les taxes récupérables sur les billets non remboursables, non modifiables.

### **Qualité**

Reporting régulier de la qualité de services  
Reporting des plaintes, traitement des litiges  
Outil de gestion et tracking des plaintes.  
Délai de traitement, taux de réclamation acceptable.  
La qualité de services au regard de la typologie des pays  
Process et gestion des litiges ?  
Résolution des plaintes.  
Service Level Agreement, suggérer des indicateurs de performance  
SLA : Engagement de services.  
Délais précis de :  
Réponses email, téléphone, SBT, contres propositions, turn over des consultants voyages, remboursement, traitement des litiges.  
Disponibilité de l'Account Manager  
Capacités de reporting :  
Sur mesure, information PNR en live, pre-trip reporting, % adoption politique voyages

### **Outils technologiques**

Conseil sur les spécificités de différents Self Booking Tool des différents pays.  
Assistance à l'achat et l'utilisation d'un outil en ligne.  
Déploiement d'un outil de réservation en ligne dans tous les pays.  
La capacité de l'agence à passer du « offline » vers le « online ».  
Comment procède l'agence pour pousser l'adoption du online  
Coût de l'outil de réservation en ligne. Implémentation. Licence. Coûts récurrents  
Coût du Tech Fee par transaction ?  
Délai d'émission du billet online  
Comment l'agence accompagne le changement ?  
Training des usagers. Training des super-users ? « Train the trainers »  
Ressources de l'agence à accompagner « le changement ». Assistance à l'utilisation de l'outil en ligne.  
Interface avec les systèmes clients existants

## Reporting

Reporting. Qualité, customisation et souplesse des outils de reportings.

Structure au niveau global ? Au niveau local ?

Niveau de reporting en consolidé et par filiales

Mesure de la conformité à la politique voyage

Cahier des économies

Quel tarif de références pour les économies ?

Reporting sur tickets achetés par pays.

Reporting proposés qui permettront de suivre des indicateurs clés pour l'entreprise

KPI : ATP, anticipation des réservation, économies refusées et réalisées, top destinations, par compagnies, ....

## Sécurité

Suivi/localisation des voyageurs dans le monde entier.

Proposer la géolocalisation. Traçabilité des voyageurs.

Accès à un numéro 24h/24 et 365 jours par an

Volet sécurité

Alertes

Email de notification en cas de problème dans un pays (attentats)

Pre-trip reporting notification

Quels produits annexes dérivés l'agence peut-elle proposer pour augmenter la sécurité.

## Divers

Capacité à intégrer une entreprise avec un ERP (environnement SAP,...) Comment l'agence s'interface avec nos différents outils dans nos différents pays ? Compatibilité GDS de l'agence avec les outils comme les NDF et les moyens de paiement Interface système client avec système de paiement ?

Interface système client avec outil gestion note de frais ?

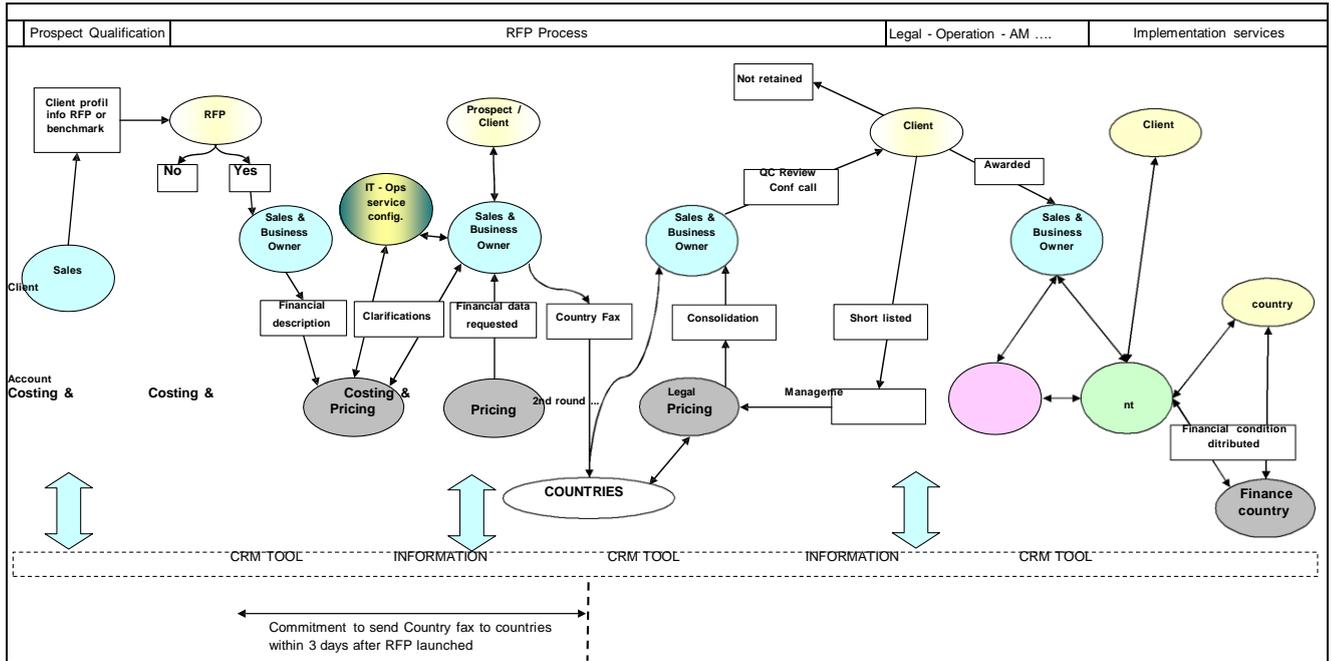
Services gratuits ?

Capacité de l'agence à démontrer sa sensibilisation au développement durable et sa responsabilité sociétale

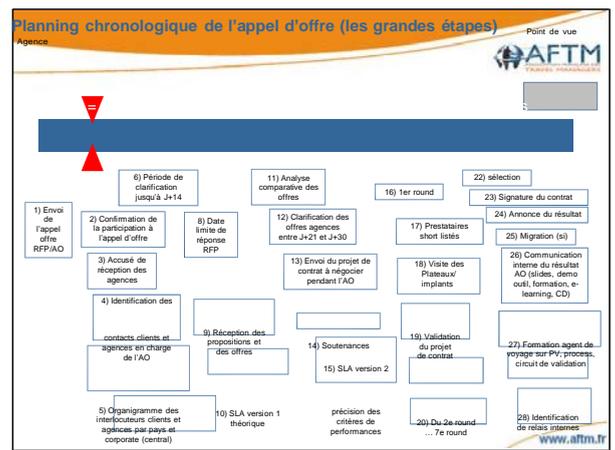
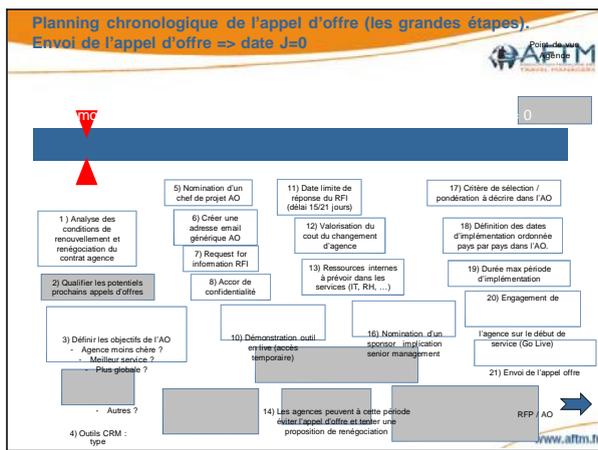
Créer des applications téléphone LIVE type iPhone, PDA. Technologie mobile

### 3 - Construction d'un planning d'appel d'offres international

En moyenne les RFP internationaux représentent un périmètre de 13 pays / RFP et 61 M€ / RFP  
270 RFP sont gérés par an par les réseaux d'agences internationales



Nous avons listé 50 étapes clés de l'appel d'offre puis nous les avons classés chronologiquement de façon à optimiser les travaux, les déplacements et les ressources dédiées (voir sur document annexe).



Voir la version animée de ces documents en annexe (Format Power Point PPS)