**Agentes de viaje del mañana, habilidades y características**

Estos actores clave del sector deberán transformarse en asesores de los turistas, brindándoles orientación personalizada

Planear un viaje hoy es un poco más complejo y desafiante debido al entorno cambiante del sector, lo que ha dado mayor protagonismo al **agente de viaje**. Este profesional del turismo ha respondido con éxito a las demandas del mercado, pero para poder seguir haciéndolo deberá **potenciar algunas habilidades y características clave**.

De acuerdo a la consultora Amadeus, en su informe *El asesor de viajes del mañana*, en el mediano y largo plazo el sector requerirá agentes con habilidades tecnológicas e interpersonales específicas. Además, **precisará que se** **transformen en asesores de los turistas, brindándoles** [**orientación personalizada en cada paso de su trayecto**](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2020/nov/2_las_agencias_de_viaje_en_la_reactivacion_turistica.html)**.**

En este **video de Turismo In**, descubre qué conocimientos tecnológicos y habilidades interpersonales serán los más valorados en los agentes de viaje del mañana.

Fuente: *El asesor de viajes del mañana* – Amadeus (octubre, 2020)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tiempo** | **Locución** | **Sobreimpresión** | **Imagen** |
| 5’’ | Aún con restricciones y protocolos cambiantes en el mundo, la función de los agentes de viaje es más importante que nunca. | - | Vemos que una pareja llega para hablar con un agente de viaje (se saludan de codo o a la distancia). |
| 7’’ | Y no solo para los turistas. Según la consultora Amadeus, el 50 % de gerentes de agencias de viaje considera a sus colaboradores como el mayor factor de éxito de la empresa. | Factor de éxito de una agencia: 50 % - los agentes de viaje  (USAR UN GRÁFICO DONA PARA REPRESENTAR ESTA ESTADÍSTICA)  Fuente: *El asesor de viajes del mañana* – Amadeus (octubre, 2020) | Mientras la pareja “habla” se muestra el gráfico estadístico. Después, sobre la pareja aparecen unos íconos de taxi, avión, hotel y *tour* (en diferentes colores unos de otros). |
| 5’’ | Así, la consultora afirma que este nuevo protagonismo no será fugaz, sino más bien el primer peldaño en su evolución profesional. | Los agentes de viaje están evolucionando | El agente asiente con la cabeza y sobre cada ícono de arriba aparece un *check*. |
| 6’’ | Los agentes se transformarán en asesores y su labor pasará de proporcionar información a ofrecer orientación personalizada. | ~~Agentes~~ de viaje  ~~Proporcionar información~~  Ofrecer orientación | La pareja sigue hablando (poner una animación de texto). Luego es turno del agente. Cuando habla, cada ícono cambia a un mismo color (azul), Sobre la pareja aparecen unos corazones. |
| 6’’ | Para que esta evolución satisfaga la futura demanda del mercado, deberán potenciar sus conocimientos tecnológicos y habilidades interpersonales. | Potenciar sus conocimientos tecnológicos y habilidades interpersonales | La pareja se marcha (el agente los despide) y él se pone a trabajar en su computadora. |
| 4’’ | De acuerdo a Amadeus, para el 55 % de los gerentes de agencias su mayor preocupación es poder adaptarse a los cambios tecnológicos. | (AÑADIR CLAQUETA QUE DIGA: **CONOCIMIENTOS TECNOLÓGICOS**)  Mayor preocupación: 55 % - adaptarse a los cambios tecnológicos  (MISMO GRÁFICO QUE ANTES) | (Es otro día, cambiar la ropa del agente o algo) Vemos al agente llegar a su escritorio. Pasamos a plano subjetivo y vemos la pantalla de su computadora. |
| 4’’ | Por ello, algunas de las habilidades más valoradas en cuanto a dominio de tecnología serán: | Habilidades más valoradas: |
| 6’’ | La capacidad para integrar y utilizar plataformas de mensajería instantánea como canales de contacto para potenciar las ventas. | Integración de plataformas de mensajería instantánea | Observamos en la pantalla los logos de WhatsApp, WeChat, Telegram y Facebook Messenger. Empiezan a llenarse de mensajes que el agente va respondiendo. |
| 4’’ | El poder crear el perfil de un viajero interpretando información recogida en bases de datos, para brindar un servicio diferenciado y personalizado. | Crear perfiles a partir de bases de datos | Ahora, en la pantalla vemos un cuadro de Excel. El agente ingresa datos en las casillas y se van creando “[mapas de perfiles](https://i.ytimg.com/vi/6SzdO8CiKDQ/maxresdefault.jpg)” |
| 5’’ | Y tener fundamentos de *marketing* digital, para promocionar servicios y crear relaciones sólidas en línea con los viajeros. | Fundamentos de *marketing* digital | El agente *postea* la foto de un destino en redes y esta comienza a llenarse de reacciones positivas. |
| 7’’ | Todo este conocimiento ayudará a los asesores a automatizar ciertas tareas y les dará tiempo libre para añadir valor a cada etapa del viaje de un cliente. | Añadir valor a cada etapa de viaje | El agente ingresa órdenes a su computadora y deja que las ejecute. Su celular comienza a sonar. |
| 4’’ | Es precisamente allí donde se pondrá de manifiesto la necesidad de poseer sólidas habilidades interpersonales, un factor de éxito clave para el 42 % de gerentes. | (EN PANTALLA COMPLETA, AÑADIR UNA CLAQUETA QUE DIGA: **HABILIDADES INTERPERSONALES**)  Factor de éxito de una agencia: 42 % - Habilidades interpersonales  (MISMO GRÁFICO QUE ANTES) | Es la pareja quien lo está llamando. El auto que los recogería del aeropuerto está averiado. |
| 2’’ | Entre ellas destacarán: | - | El agente ingresa información en su computadora y otro auto aparece. El conductor baja para subir las maletas, pero recibe un mensaje del agente y retrocede para que sea la pareja quien las suba. |
| 7’’ | La inteligencia emocional. Al ponerse en el lugar del viajero, el asesor podrá conocer sus preferencias, dudas o miedos y orientarlo de manera precisa y exitosa. | Inteligencia emocional |
| 4’’ | La predisposición a ayudar también será crucial, en especial en un entorno turístico todavía cambiante, que aún puede sembrar dudas en el turista. | Predisposición a ayudar | Ahora observamos a la pareja, están en la calle y hablando por teléfono con el agente. Piensan ir a un atractivo turístico (puede aparecer una nube sobre su cabeza para reflejar esto). Le están consultando qué implementos son necesarios usar para dicho atractivo. Aparecen los íconos de mascarilla, guantes y escudo facial. Para el primero y el tercero el agente da su OK (se ve un *check* al lado de ellos). |
| 6’’ | Asimismo, la capacidad de reacción rápida será clave para brindar soluciones a un viajero que pondrá toda su confianza en el asesor. | Capacidad de reacción | Vemos a la pareja en el aeropuerto, su vuelo ha sido cancelado. El agente digita en su computadora y les consigue un vuelo en otra aerolínea. |
| 4’’ | Debido a los últimos acontecimientos, el turismo ha evolucionado más rápido de lo previsto y seguirá haciéndolo. | El turismo seguirá evolucionando | El asesor está en su oficina, trabajando. Le llega un mensaje a su celular: es una foto de la pareja (las manos en el aire, están felices, puede ser en un sitio turístico). El agente le da “me gusta” a la imagen y entra una llamada. Se abre la toma y vemos a varios agentes, cada uno hablando con diferentes clientes (videollamada, celular, mensaje de texto, etc., no presencial). |
| 6’’ | Por ello, los asesores del mañana más exitosos serán aquellos capaces de actualizar y potenciar continuamente sus habilidades. | Los asesores deberán actualizar y potenciar continuamente sus habilidades |
| 3’’ | Para más información, visita wwww.turismoin.pe | - | Claqueta de cierre |

Duración estimada: 1:50’

|  |
| --- |
| Aún con restricciones y protocolos cambiantes en el mundo, la función de los agentes de viaje es más importante que nunca. |
| Y no solo para los turistas. Según la consultora Amadeus, el 50 % de gerentes de agencias de viaje considera a sus colaboradores como el mayor factor de éxito de la empresa. |
| Así, la consultora afirma que este nuevo protagonismo no será fugaz, sino más bien el primer peldaño en su evolución profesional. |
| Los agentes se transformarán en asesores y su labor pasará de proporcionar información a ofrecer orientación personalizada. |
| Para que esta evolución satisfaga la futura demanda del mercado, deberán potenciar sus conocimientos tecnológicos y habilidades interpersonales. |
| De acuerdo a Amadeus, para el 55 % de los gerentes de agencias su mayor preocupación es poder adaptarse a los cambios tecnológicos. |
| Por ello, algunas de las habilidades más valoradas en cuanto a dominio de tecnología serán: |
| La capacidad para integrar y utilizar plataformas de mensajería instantánea como canales de contacto para potenciar las ventas. |
| El poder crear el perfil de un viajero interpretando información recogida en bases de datos, para brindar un servicio diferenciado y personalizado. |
| Y tener fundamentos de *marketing* digital, para promocionar servicios y crear relaciones sólidas en línea con los viajeros. |
| Todo este conocimiento ayudará a los asesores a automatizar ciertas tareas y les dará tiempo libre para añadir valor a cada etapa del viaje de un cliente. |
| Es precisamente allí donde se pondrá de manifiesto la necesidad de poseer sólidas habilidades interpersonales, un factor de éxito clave para el 42 % de gerentes. |
| Entre ellas destacarán: |
| La inteligencia emocional. Al ponerse en el lugar del viajero, el asesor podrá conocer sus preferencias, dudas o miedos y orientarlo de manera precisa y exitosa. |
| La predisposición a ayudar también será crucial, en especial en un entorno turístico todavía cambiante, que aún puede sembrar dudas en el turista. |
| Asimismo, la capacidad de reacción rápida será clave para brindar soluciones a un viajero que pondrá toda su confianza en el asesor. |
| Debido a los últimos acontecimientos, el turismo ha evolucionado más rápido de lo previsto y seguirá haciéndolo. |
| Por ello, los asesores del mañana más exitosos serán aquellos capaces de actualizar y potenciar continuamente sus habilidades. |
| Para más información, visita wwww.turismoin.pe |