

Amadeo Franquet, director Comercial y de Marketing de Jumbo Tours

“Estamos desarrollando herramientas para mejorar la calidad y rapidez en las gestiones”



El director Comercial y de Marketing de Jumbo Tours, Amadeo Franquet, habla de transcurso del presente año para la compañía y su relación con las agencias y la tecnología.

► **AGENTTRAVEL:** Faltan tres meses para que acabe el año ¿Qué previsiones tienen para el cierre de ejercicio?

Amadeo Franquet: Ha sido un ejercicio fantástico con un aumento de dos dígitos cumpliendo todas las expectativas esperadas. Al inicio de la temporada se hablaba de una posible caída en algunos destinos, algo que era de esperar y que hemos tenido la suerte de poder paliar con la recuperación de antiguos destinos sin necesidad de salir a buscar nuevas alianzas. Nuestro ejercicio expira el 31 de octubre con el objetivo del 2019 superado.

► **AG:** ¿Qué mercados han funcionado mejor en la campaña de verano?

A.F: España y Portugal han funcionado muy bien. También gracias al mercado británico y alemán, que a pesar de la impresión que puedan dar de mercados a la baja, se han mantenido constantes. Es cierto que la recuperación de los países

emergentes ha ayudado en gran medida a llevar más turismo a esas zonas. Volvemos a ver a Turquía y Egipto en las guías de viaje y Grecia sigue siendo un buen referente. Podemos decir también que el mercado asiático está ayudando a incrementar las cifras de negocio.

► **AG:** ¿Cuál es el principal valor añadido de la compañía para las agencias?

A.F: Nuestro principal valor añadido son los casi 15.000 hoteles que tenemos en contratación directa y sobre todo la tecnología que aplicamos al servicio de las agencias. La principal herramienta en la que invertimos la mayoría de nuestros recursos, es nuestro motor de reservas. Nuestro departamento de IT, integrado por más de 50 profesionales, destina su actividad al desarrollo y mantenimiento de las herramientas técnicas al servicio de las agencias.

► **AG:** ¿Qué diferencia a Jumbo Tours de su competencia?

A.F: Contamos con una estructura propia en los 27 destinos a los que prestamos servicio y en cada destino donde entablamos negociación proponemos atención personalizada de la mano de Jumbo

Tours. Además de ser mayorista y banco de camas, lo que más nos diferencia es que somos especialistas en DMC. A lo largo de los más de 40 años de vida del grupo hemos crecido hasta ser un DMC referente mundial en la especialización y gestión de los destinos.

► **AG:** ¿Qué novedades tienen para los próximos meses?

A.F: Estamos desarrollando la preparación y el uso de nuevas herramientas internas que nos permitan mejorar la calidad y la rapidez en las gestiones. Internamente seguimos en un proceso de modernización a pasos agigantados que conlleva dotación de personal y capacitación en su justa medida. Esto nos hace más eficientes a la hora de dar respuesta a nuestros clientes.

► **AG:** ¿Cómo es la relación de Jumbo Tours con las agencias de viajes?

A.F: Disponemos de diferentes marcas en función del perfil de la agencia. Tratamos clientes de manera presencial a través de Key Account Managers y también de forma digital con las distintas herramientas web. Ofrecemos JumboBeds.com destinada a las agencias de viajes minoristas y a cadenas o grupos de agencias, a todas ellas les atendemos a través de nuestro call center centralizado en Mallorca. Y JumbOnline.com, un avanzado sistema de integración XML orientado a tour operadores y otros mayoristas.

► **AG:** ¿Qué papel juega la tecnología en la compañía?

A.F: La tecnología ha revolucionado el sector turístico y Jumbo Tours Group está participando en esta evolución, de hecho, el 50% del ADN de la compañía es la tecnología. En ella destinamos el mayor porcentaje de recursos y presupuesto de inversión de la compañía. Nos ocupamos de dar el mejor servicio a nuestro alcance y puedo decir que Jumbo Tours Group está muy orgulloso de las herramientas que hemos logrado desarrollar. El otro 50% de nuestro ADN es el receptivo, la gestión de los destinos, que sin la tecnología no estaríamos donde estamos hoy.