



Conteúdo exclusivo

Gestão de viagens de dentro para fora

voll

Melhores momentos da Primeira Classe



Primeira Classe

Em junho, em São Paulo, aconteceu a **10ª edição da Primeira Classe**, evento promovido pela VOLL voltado ao desenvolvimento de gestores de viagens corporativas. Com o tema "**Gestão de viagens de dentro para fora**", o encontro debateu quando é hora de trocar de agência e como fazer essa transição sem travar a operação, uma pergunta que todo gestor já se fez, mas que raramente encontra resposta no dia a dia.

A edição marcou um marco especial: **mais de 600 profissionais de viagens e despesas já passaram pela Primeira Classe em suas dez edições**. No palco, **Luiz Moura**, cofundador e diretor de negócios da VOLL, **Luana Spínola**, Gerente de Implantação de Novos Clientes, **Ava Costa** e **Amanda Ferreira**, do time de Onboarding, e **Thaís Meirelles**, Gestora Global de Viagens e Eventos da XP, que apresentou um case de transformação construído ao longo de anos em parceria com a VOLL.

Acompanhe o conteúdo da 10ª edição da Primeira Classe neste e-book.



Sumário

Introdução	<u>05</u>
A Primeira Classe e o mercado que ela serve	<u>06</u>
Contexto de mercado	<u>07</u>
O cenário antes da transformação	<u>08</u>
O que aprendemos do outro lado	<u>11</u>
Os 5 sinais de alerta	<u>12</u>
As perguntas-chave para avaliar o parceiro atual	<u>13</u>
Como construir o business case	<u>14</u>
Como levar a proposta à liderança	<u>16</u>

O processo de onboarding	<u>17</u>
Riscos reais e como mitigá-los	<u>18</u>
O que o gestor ganha desde o primeiro dia	<u>19</u>
Case de sucesso da XP	<u>20</u>
O desafio da XP	<u>21</u>
Os bastidores que ninguém vê	<u>22</u>
Os resultados	<u>23</u>
Os aprendizados da XP	<u>24</u>

Parceria da VOLL com a Gol Linhas Aéreas

A **VOLL** anuncia a **Gol Linhas Aéreas** como patrocinadora oficial da **Primeira Classe** para as próximas edições do ano. A entrada da Gol reforça o posicionamento da masterclass como principal espaço de convergência entre tecnologia e gestão estratégica de viagens corporativas no Brasil e sinaliza o alinhamento das duas empresas em torno de um mesmo objetivo: dar ao gestor de viagens as ferramentas para fazer os números fecharem.

Para **Anderson Wolff**, Gerente Nacional de Vendas Corporativas da GOL, a parceria é natural porque as duas empresas compartilham a mesma visão sobre tecnologia e resultado.

Alguns números da Gol:

- Companhia aérea mais pontual do Brasil em 2025
- 82 destinos nacionais e internacionais
- Média de 695 decolagens diárias
- Novos voos diretos do Rio de Janeiro (Galeão) para Nova York, Orlando, Lisboa e Paris em 2026
- Novo Airbus A330NEO para voos intercontinentais
- Classe Business Insignia para elevar a experiência do viajante executivo



A Primeira Classe e o mercado que ela serve

A VOLL não criou a Primeira Classe para vender. Criou para contribuir. Em mais de 8 anos de mercado, a empresa acumulou acesso a práticas, desafios e transformações reais de mais de 300 grandes empresas, e a Primeira Classe é o espaço onde esse conhecimento circula.

"A VOLL tem na sua cultura um interesse genuíno de poder deixar um legado para todas as pessoas que fazem parte da nossa história. A Primeira Classe é, de fato, a nossa forma de fazer uma contribuição para esse mercado, olhando pro futuro, olhando para as oportunidades, conectando experiências reais com interesses reais de evoluir", destaca Luiz Moura, cofundador e diretor de negócios da VOLL

Para Moura, o evento também reflete o tamanho do que está em jogo. A indústria de viagens corporativas no Brasil é estimada em mais de 30 bilhões de dólares por ano, e uma indústria desse porte demanda e merece evolução constante.



Contexto de mercado

Antes de entrar nos conteúdos da masterclass, vale situar o cenário. As viagens corporativas figuram entre os **três maiores gastos indiretos das empresas brasileiras**. Com o avanço dos custos operacionais e a pressão por eficiência, gerir viagens deixou de ser uma função administrativa para se tornar uma área estratégica dentro das organizações.

O gestor de viagens de hoje responde por orçamento, compliance, experiência do colaborador e relacionamento com fornecedores. E, cada vez mais, precisa traduzir tudo isso em dados que a liderança entenda e aprove.

O cenário **antes da VOLL**



Múltiplas agências e fornecedores
de mobilidade homologados
sem integração entre si



Ausência de indicadores
consolidados



Baixa padronização
e experiência pouco fluida
para os viajantes



Baixa confiança na administração
dos acordos comerciais



Atendimento humano ruim

Cada área usava um canal diferente, e a **gestão e atendimento** de quase 100 mil colaboradores era feita na base do telefone, e-mail e da planilha.

O cenário antes da transformação

Luana Spínola, Gerente de Implantação de Novos Clientes da VOLL, chegou ao evento com um histórico pouco comum para quem está do lado da tecnologia. Antes de entrar para a VOLL, foi gestora de viagens corporativas em grandes empresas. Sua palestra trouxe um diagnóstico honesto do cenário que precede qualquer transformação: múltiplas agências sem integração, ausência de indicadores consolidados, atendimento fragmentado e gestão feita na base do telefone, e-mail e planilha.

A apresentação mostrou que os desafios mais comuns na gestão de viagens raramente têm origem no gestor. Na maioria das vezes, a raiz está no modelo adotado pela empresa, e entender essa diferença é o que abre caminho para uma conversa mais qualificada com a liderança.

"Quando eu era gestora lá dentro, eu sabia que algo não estava funcionando e precisava provar. Não tinha dado. Não tinha visibilidade."

— **Luana Spínola, Gerente de Implantação de Novos Clientes da VOLL**



Aquele cenário não era exceção, **era a regra**



Dados fragmentados

Gestão no escuro, sem consolidação



Baixo compliance

Política de viagens existe no papel, mas não na prática



Colaborador insatisfeito

Processos lentos e rígidos



Aumento de custo

Tickets médios subindo sem explicação



A virada de chave

"Quando eu estava como gestora, eu achava que o problema era meu. **Hoje eu sei que o problema era o modelo (agência # plataforma).** E isso muda tudo na hora de levar essa conversa para os seus líderes."

O que aprendemos do outro lado

Aquele cenário não era exceção. Era a regra. E o ponto mais importante da apresentação de Luana foi justamente esse: o problema que parece individual quase sempre é estrutural.

"Quando eu estava como gestora, eu achava que o problema era meu. Hoje eu sei que o problema era o modelo. E isso muda tudo na hora de levar essa conversa para os seus líderes", destaca Luana Spínola, Gerente de Implantação de Novos Clientes da VOLL.



05 sinais de alerta

01



Perguntas simples

Você não consegue responder perguntas simples com dados em menos de 24 horas.

02



Processo dependente

Seu processo depende de e-mail e planilhas (aprovações e relatórios manuais) - compliance impossível de auditar.

03



NPS baixo

Seus colaboradores não estão satisfeitos com a experiência de reservas.

04



Custos altos

Seus custos crescem continuamente e você não encontra explicação.

05

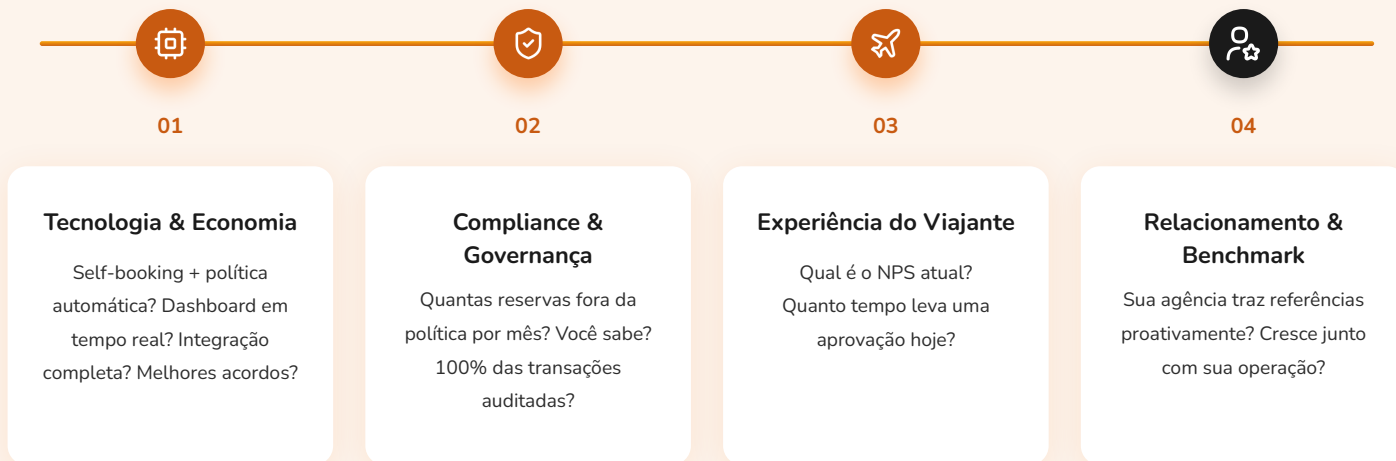


Silêncio é resposta

Você paga a agência mas não sabe o que está recebendo em troca.

As perguntas-chave para avaliar o parceiro atual

Identificar os sinais é o primeiro passo. O segundo é fazer as perguntas certas sobre o parceiro atual. Não para buscar um culpado, mas para ter clareza sobre o que a operação realmente precisa e se está recebendo isso.



Como construir o business case

Saber que é hora de mudar é uma coisa. Conseguir aprovação da liderança para mudar é outra. Luana apresentou uma estrutura prática para construir o business case que sustenta a decisão internamente, com foco em savings potenciais, diagnóstico de compliance, visibilidade de dados, jornada do viajante e governança para o C-Level.

O argumento que mais ressoa com CFOs e times jurídicos, segundo a apresentação, é o de risco. Uma auditoria inconsistente tem custo reputacional, e esse é um argumento que vai muito além da planilha de viagens.



Mapeie antes de começar

- 1 **Savings potenciais** — qual é o seu 80/20? Construa o business case financeiro
- 2 **Diagnóstico de compliance** — quantas reservas fora da política? Custo médio vs. mercado? Número convence liderança
- 3 **Dados para tomada de decisão** — visibilidade e apoio na gestão. Não é possível gerenciar o que não se vê.
- 4 **Jornada do viajante** — mapeie os pontos de atrito; a migração só funciona se o usuário adotar a nova plataforma
- 5 **Governança para o C-Level** — rastreabilidade como argumento de risco (auditorias externas, obrigações ESG)

Como levar a proposta à liderança

A reunião com a liderança não é o momento de apresentar a ferramenta. É o momento de apresentar o custo do status quo. Luana encerrou sua apresentação com uma estrutura de conversa que funciona, começando pelo quanto custa não mudar e terminando com um plano concreto de gestão da mudança.

O maior medo da liderança, segundo a apresentação, não é a tecnologia. É o impacto na operação durante a transição. Antecipar esse medo com um plano claro é o que transforma uma proposta de troca em uma decisão segura.



O processo de Onboarding

Ava Costa e **Amanda Ferreira**, do time de Onboarding da VOLL, trouxeram para o evento o que acontece nos bastidores de uma implementação: o processo completo, os riscos reais e o que faz a diferença entre uma transição bem-sucedida e uma que trava no meio do caminho.

O onboarding da VOLL começa muito antes do go-live. Há todo um plano de comunicação estruturado para munir o gestor com peças para os canais que mais funcionam dentro de cada empresa: *VOLL Flix*, *guia do viajante*, *comunicados internos* e *treinamentos personalizados*.

Um detalhe que chamou atenção na apresentação: em uma grande empresa, um vídeo do diretor no Facebook interno foi o canal mais eficaz para comunicar a mudança de TMC. O ponto não é o canal, é entender onde cada público realmente presta atenção.

O treinamento, na visão de Ava, funciona mais como uma roda de conversa do que uma aula formal. *"Não é aquele treinamento chato de horas. É um espaço para tirar dúvidas de como usar o app, e a pessoa tem liberdade para perguntar à vontade"*, explicou. Em alguns casos, colaboradores já chegaram fazendo pedidos de aprovação antes mesmo do treinamento acontecer, tamanho era a facilidade de uso do app.



Riscos reais e como mitigá-los

O time de onboarding faz uma análise completa de riscos de cada projeto, incluindo uma matriz de probabilidade e impacto. O principal risco identificado ao longo das implementações surpreende pela simplicidade: o gestor de viagens entrar de férias sem deixar um substituto.

O gestor é a figura central de qualquer transição. É ele quem comunica a mudança, engaja os colaboradores e sustenta a adesão nos primeiros meses. Quando esse elo falha, o projeto perde ritmo e o engajamento cai.

Amanda reforçou que o obstáculo mais comum não é a tecnologia, mas o medo da mudança. *"A VOLL vem para trazer segurança, mapeia as fases do cliente, traz visibilidade e estrutura a implementação a quatro mãos"*, explicou. O time de onboarding acompanha os primeiros 30 dias após o go-live antes de passar o bastão para o executivo de relacionamento.



Gestão de Projetos

Crie e gerencie projetos por cliente com templates prontos.



Controle de Ações

Acompanhe todas as tarefas com status, responsável, prazo e observações inline.



Múltiplas Visualizações

Alterne entre Lista, Kanban, Gantt, Gráficos e Matriz de Riscos para ver o projeto de todos os ângulos.



Cronograma Automático

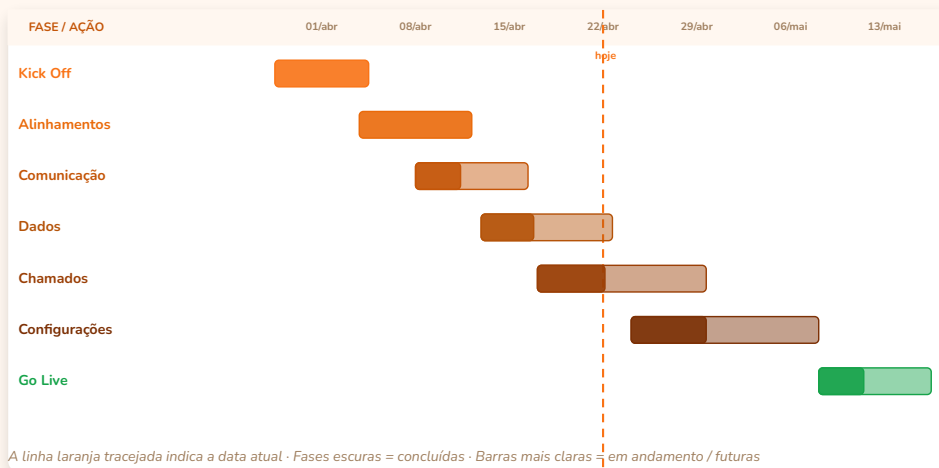
Informe início e Go Live — o sistema distribui as fases proporcionalmente e calcula os prazos.

O que o gestor ganha desde o primeiro dia

Desde o go-live, o gestor já tem acesso ao dashboard com dados em tempo real, visibilidade de solicitações e controle de políticas configuradas por perfil. Não é uma política única para toda a empresa: é possível criar regras diferentes para colaboradores e diretoria, cada uma com seu próprio fluxo de aprovação.

A VOLL centraliza em um único lugar os módulos aéreo, hotel, mobilidade e despesas, o que elimina a necessidade de acompanhar contratos independentes com fornecedores diferentes. O gestor sai da gestão por planilha e entra em uma operação com auditoria, qualidade e rastreabilidade desde o primeiro dia.

Cronograma por fase e ação





Case de sucesso

Thaís Meirelles

Gestora Global de Viagens e Eventos da XP, subiu ao palco com números que poucos gestores de viagens conseguem apresentar para a liderança. Mas o que ela quis deixar não foi só o resultado. Foi o caminho.



O desafio da XP Investimentos

A XP tem 8 mil funcionários, sendo 5 mil espalhados por São Paulo e 300 fora do país. Comunicar uma mudança de TMC para esse volume de pessoas, em perfis e localizações diferentes, era um desafio por si só.

"O colaborador entra no site quando tem sorteio de NFL. Informação sobre viagens não", admitiu Thaís. A solução foi entender os canais reais de cada público e personalizar a comunicação para cada um deles. No final, o app da VOLL se mostrou tão intuitivo que o treinamento formal virou secundário. "Cheguei à conclusão de que o sistema era tão fácil que não precisava de treinamento", disse ela. Um comunicado na intranet e um pop-up no app foram suficientes para boa parte do público.



Os bastidores que ninguém vê

A transformação da XP não foi linear. A política de viagens precisou ser revisada três vezes no primeiro ano. As integrações de sistema levaram mais tempo do que o planejado. Treinamentos precisaram ser refeitos. E a resistência interna, de colaboradores acostumados com liberdade total e lideranças questionando o nível de controle, foi constante nos primeiros meses.

O que funcionou foi a combinação de comunicação transparente sobre os porquês, dados como argumento e não como imposição, vitórias rápidas para ganhar credibilidade e uma parceria próxima com a VOLL em cada etapa.



Resistência Interna

- Colaboradores acostumados com liberdade total
- Lideranças questionando o nível de controle
- Mudança de hábito nunca é imediata
- Pressão por exceções constantes



Ajustes de Rota

- Política precisou ser revisada 3x no 1º ano
- Integração de sistemas levou mais tempo que o planejado
- Treinamentos precisaram ser refeitos
- Aprendizados de cada fase alimentaram a próxima



O que funcionou

- Comunicação transparente sobre os porquês
- Dados como argumento, não como imposição
- Vitórias rápidas para ganhar credibilidade
- Parceria próxima com a VOLL em cada etapa

Os resultados



Evolução consistente ao longo do tempo

Indicadores de Desempenho

↑ 89%

Taxa de adoção
na plataforma

↑ 40%

Antecedência
média de compra

↓ 25%

Custo médio
por viagem

↑ 94

Satisfação
dos viajantes

100%

Visibilidade
das transações

↓ 60%

Compras
fora da política

Os aprendizados da XP

01



Tecnologia sem governança não gera resultado

A ferramenta abre o caminho, mas são os processos e as regras que garantem que o caminho seja seguido. Sem governança, a tecnologia se torna mais um canal descontrolado.

02



Política sem adesão não funciona

Políticas precisam ser entendidas e aceitas — não apenas impostas. O engajamento das lideranças e a comunicação clara são determinantes para que a política saia do papel.

03



Dados são o maior aliado da área de viagens

Com dados, você argumenta, negocia, prioriza e convence. Sem dados, tudo é percepção. A XP usou a inteligência analítica para sustentar cada decisão estratégica.

“Os ganhos são *fruto de um trabalho contínuo de negociação*, gestão de fornecedores, revisão de processos e acompanhamento do comportamento do viajante.”

“Uma leitura estratégica dos dados é fundamental para *identificar oportunidades* de otimização.”

“O *resultado é uma operação mais madura*: menos foco na redução de custos, mais decisões inteligentes ao longo da jornada de viagens.”

Thaís Meirelles

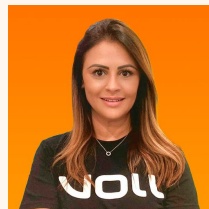




Converse com quem esteve na Primeira Classe



Luiz Moura
Diretor de Negócios
luiz@govoll.com



Luana Spínola
Gerente de Implantação de Novos Clientes
luana.spinola@govoll.com



Não perca a próxima edição da Primeira Classe, acompanhe as publicações do perfil da VOLL no LinkedIn



Até a próxima edição!

