

INTERVIEW

Romain Lavabre



Prénom : Romain

Nom : Lavabre

Promotion : 2020 - 2021

Poste actuel : Account Manager

Thématique de son mémoire :

Comment les problématiques liées au mobility management viennent renforcer et maintenir la compétitivité d'une agence de voyage d'affaires ?

Les 3 compétences clés dans son

job : La connaissance du marché, la curiosité, la capacité d'analyse.



Profil LinkedIn

Présentation

Q

Qu'est-ce qui vous a poussé à faire carrière dans le secteur du tourisme ?

Dès mon plus jeune âge, j'ai été fasciné par le voyage. Ma mère et moi voyagions souvent avec Thomas Cook, et j'étais impressionné par les représentants locaux

qui accueillaien les voyageurs et les conseillaient sur À ce métier que je souhaitais exercer plus tard. J'ai effectué mon stage de troisième chez Thomas Cook, ce qui a confirmé mon intérêt pour le secteur. J'ai ensuite poursuivi cette voie en réalisant plusieurs stages en agence de voyages pendant le lycée, ce qui m'a naturellement conduit à m'orienter vers des études dans le tourisme.

Pourriez-vous nous expliquer votre parcours de formation ainsi que les stages que vous avez effectués ?

Après le baccalauréat, j'ai intégré un BTS Tourisme en alternance à l'école Stephenson, où j'occupais le poste de réceptionniste polyvalent à l'hôtel Evergreen, un établissement d'origine taïwanaise. J'ai ensuite poursuivi avec une licence e-tourisme à la Sorbonne, toujours en alternance, cette fois en tant que chef de produit chez Goelia. Ces expériences m'ont permis de me spécialiser dans le voyage de loisirs. Toutefois, j'ai rapidement réalisé que je préférais évoluer auprès d'une

clientèle corporate. C'est ce constat qui m'a poussé à intégrer l'ESCAET, où j'ai pu me spécialiser dans le voyage d'affaires.

Quels stages avez-vous réalisés au cours de votre formation à l'ESCAET ?

En première année, j'ai effectué un stage en tant que travel manager au sein de Sciences Po. J'ai notamment participé au renouvellement du marché de l'agence de voyage, ce qui m'a permis de découvrir une grande diversité d'outils et de solutions disponibles. En deuxième année, j'ai intégré Bleu Business (aujourd'hui Ailleurs Business) en tant que commercial. J'étais chargé de la prospection et de l'implémentation des solutions technologiques auprès des clients. Ces expériences ont été extrêmement formatrices et ont renforcé mon intérêt pour ce secteur.

Quels postes avez-vous occupé depuis la fin de votre formation ?

À la fin de mon dernier stage chez Bleu Business, j'ai poursuivi quelques mois avec eux, jusqu'à ce que la pandémie de Covid-19 vienne bouleverser la situation. Par la suite, j'ai rejoint Swile, une entreprise spécialisée dans les solutions de paiement, où j'ai travaillé pendant un an et demi à la vente de services liés au voyage d'affaires. Aujourd'hui, →

cela fait plus d'un an et demi que je suis chez HCorpo, en tant qu'Account Manager.

Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur vos missions au sein de HCorpo ?

En tant qu'Account Manager chez HCorpo, je suis en charge de la gestion d'un portefeuille client. Mon rôle consiste à accompagner ces entreprises dans l'optimisation de leurs déplacements professionnels, en particulier sur les réservations hôtelières. Je mène des *business reviews*, je conseille lors des renouvellements de contrats, et je reste en veille constante sur le marché pour identifier les meilleurs outils et partenaires. Mon objectif est d'apporter des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chaque client, qu'il s'agisse d'hôtellerie, de transport aérien ou ferroviaire.

Quelles sont les compétences qui vous sont les plus utiles dans votre poste actuel ?

Dans mon métier, la connaissance du marché est fondamentale. Il faut faire preuve de curiosité et de persévérance, comprendre les besoins des clients et faire preuve d'écoute. L'empathie est également essentielle, surtout dans la gestion de la relation client. Enfin, les compétences analytiques sont très importantes : il faut savoir interpréter des données brutes et les présenter de manière claire et accessible, notamment lorsque nos interlocuteurs ne sont pas spécialistes du secteur.

De quoi êtes-vous le plus fier dans votre parcours professionnel ?

Je suis particulièrement fier d'avoir obtenu un MBA et de m'être spécialisé dans le voyage d'affaires. Je ne viens pas d'un milieu où les études longues étaient courantes, donc obtenir un bac+5 représente une belle réussite personnelle.

Je suis également fier de mon évolution chez HCorpo, où j'ai pu prendre des responsabilités et approfondir ma connaissance du secteur. J'ai eu la chance d'explorer différentes facettes du voyage d'affaires : côté entreprise cliente, en agence de voyages, et aujourd'hui dans le domaine de l'hôtellerie B2B. C'est un parcours très enrichissant.

Quel conseil donneriez-vous aux étudiants qui débutent dans le secteur du tourisme ?

Je leur recommanderais d'être curieux et de ne pas se laisser impressionner par le jargon ou les nombreuses abréviations propres au secteur. Le tourisme évolue rapidement, et il est important



de rester ouvert aux innovations technologiques et aux nouvelles tendances. Je les encouragerais aussi à profiter pleinement des projets et des interventions extérieures proposés par leur école, car ce sont de belles opportunités pour se construire un réseau professionnel. Enfin, il est essentiel de rester adaptable et d'avoir soif d'apprendre en permanence.

Quel est votre meilleur souvenir de votre passage à l'ESCAET ?

Au-delà du week-end d'intégration, je garde un excellent souvenir du projet que j'ai mené avec l'association GBTA. C'était un projet exigeant, mais particulièrement stimulant. J'ai aimé travailler en équipe et échanger avec des professionnels du secteur. Cette expérience m'a permis de développer mes compétences en gestion de projet et de comprendre les enjeux de la collaboration avec des partenaires externes. J'en garde un souvenir très positif. →

Avez-vous eu recours au réseau Alumni de l'école ? Si oui, en quoi vous a-t-il été utile ?

Oui, le réseau Alumni est un véritable atout, surtout dans un secteur aussi connecté que le voyage d'affaires. Je suis resté en contact avec plusieurs anciens camarades de promotion, et nous nous croisons régulièrement dans des contextes professionnels. Ce réseau permet d'identifier des opportunités, de partager des informations sur des postes ouverts, et de continuer à collaborer, même après avoir changé d'entreprise. Par exemple, certains collègues de Bleu Business travaillent aujourd'hui dans d'autres structures avec lesquelles je suis en relation professionnelle.

Selon vous, quel a été l'événement ou la transformation la plus marquante dans l'industrie du tourisme ces dernières années ?

L'arrivée de la NDC (New Distribution Capability) est un tournant majeur. Après des années de discussions, elle commence enfin à se concrétiser dans les outils de réservation. Par ailleurs, l'émergence de nouvelles offres ferroviaires, comme Ouigo, a également marqué le secteur. Enfin, l'interopérabilité entre les systèmes — notamment avec les ERP — devient un enjeu clé. Les entreprises demandent des intégrations toujours plus poussées, ce qui nous oblige à adapter nos solutions pour répondre à ces exigences de connectivité. ■



LE RÉSEAU ALUMNI EST UN VÉRITABLE ATOUT, SURTOUT DANS UN SECTEUR AUSSI CONNECTÉ QUE LE VOYAGE D'AFFAIRES.