

Cosa si aspettano viaggiatori e travel manager per il 2016? Nuovi tool, un servizio avanzato e focus sulla Safety & Security

Author : Redazione

Date : 22 Febbraio 2016



Il nuovo studio di CWT rivela che i responsabili aziendali mettono i bisogni dei viaggiatori al centro dell'attenzione

L'ultima ricerca di Carlson Wagonlit Travel (CWT) indica che il 2016 sarà per il business travel un anno dedicato ai viaggiatori, poiché le aziende svilupperanno nuove tecnologie e metodi di lavoro innanzitutto con l'obiettivo di migliorare la soddisfazione dei propri collaboratori in trasferta.

Lo studio di **CWT "Travel Trends, Program Priorities"**, pubblicato su un sito ad hoc, raggruppa i risultati di una survey condotta su oltre 1.000 travel manager in tutto il mondo, white paper tematici, case study di clienti e ricerche CWT aggiuntive per dare ai travel manager una panoramica completa per l'anno a venire. Il [microsito interattivo](#) dedicato permette di trovare informazioni dettagliate sugli sviluppi chiave del mercato e di approfondire in modo personalizzato lo studio degli argomenti di maggiore interesse.

«I travel manager ci hanno detto forte e chiaro che **l'esperienza del viaggiatore** avrà un ruolo importante nella gestione del travel nel 2016 - spiega **David Moran**, executive vice president di CWT, commentando lo studio -. Che si tratti di informazioni proattive sulla destinazione, di aiuto in caso di emergenza, dell'accesso multicanale o di servizi personalizzati, tutto è progettato per offrire ai viaggiatori un'esperienza ottimale in ogni fase del viaggio».

Questa la classifica delle **dieci principali priorità** segnalate dal campione dei responsabili viaggi aziendali intervistati (in base alla percentuale di intervistati che le ha definite molto o estremamente importanti):

- Safety & Security - 80%
- Tecnologia mobile e device "indossabili" - 63%
- Consolidamento dei dati sul comportamento dei viaggiatori e sulle performance della gestione viaggi - 58%
- Big Data e gestione personalizzata del travel - 54%
- Vettori low cost - 53%

- Pagamenti virtuali - 51%
- Personalizzazione del servizio - 49%
- Assistenti virtuali - 36%
- Impatto ambientale - 35%
- Nuova protocollo di distribuzione IATA - 33%

«Se le aziende cercano di rendere più semplice la vita dei viaggiatori, anche il ruolo delle Travel Management Company sta evolvendo da fornitori di servizi di viaggio a **consulenti esperti** che offrono importanti contributi strategici – aggiunge David Moran -. Le nuove tecnologie avranno un ruolo crescente, ma altrettanto importante è l’apporto umano, poiché i consulenti di viaggio sono in grado di suggerire soluzioni e consigli su una serie di argomenti cruciali in modo proattivo. CWT è nella posizione ideale per offrire il meglio su entrambi i fronti».

La ricerca di **innovazione nella gestione delle trasferte aziendali**, in base all’ampio studio CWT, si focalizzerà in particolare su **sei macro-aree**:

1. **Nuove tecnologie e servizi:** le nuove possibilità offerte dall’Internet of Things (app e oggetti “intelligenti” e interattivi), l’accesso multicanale ininterrotto - a prescindere da quale piattaforma digitale ci si connetta (sia esso uno smartphone, un pc o un tablet) -, i servizi al viaggiatore in tempo reale e in tutte le fasi del viaggio, la personalizzazione sempre più concreta e dettagliata dei servizi erogati dalla TMC saranno tra i driver principali del 2016.
2. **Voli e trasporto via terra.** L’attenzione si rivolgerà al nuovo protocollo di distribuzione IATA (che promette di rendere più semplice e personalizzabile la prenotazione di tutti i servizi legati a un volo), all’espansione dell’offerta dei vettori low cost, al possibile calo del supplemento carburante a fronte di una forte diminuzione del prezzo del petrolio (grazie allo scadere di precedenti accordi pluriennali) e all’ottimizzazione degli accordi per l’autonoleggio.
3. **Hotel.** Diventerà un must includere nelle tariffe negoziate il servizio di internet wifi (come già fa l’88% dei clienti CWT), si diffonderanno maggiormente i sistemi di pagamento tramite carte di credito virtuali e si farà più stringente il controllo da parte delle aziende sulla prenotazione di hotel fuori policy da parte dei viaggiatori.
4. **Travel Policy e compliance.** Le travel policy andranno a regolamentare più nel dettaglio l’utilizzo da parte dei collaboratori aziendali dei servizi di tipo sharing economy, come gli alloggi e il trasporto su auto tra privati, e legati al fenomeno del bleisure, ossia alla tendenza di unire viaggi di lavoro con momenti di svago personale. Si cercherà di profilare meglio le abitudini di acquisto dei viaggiatori così da promuovere decisioni e comunicazioni più mirate, aiutando anche i viaggiatori a compiere le scelte più opportune.
5. **Viaggiare in modo responsabile.** Le aziende, di fronte alle crescenti minacce globali, prenderanno seri provvedimenti per garantire la sicurezza e l’assistenza dei propri viaggiatori, considerando anche i rischi legati ai servizi della sharing economy che

ancora non offrono sufficienti garanzie (come gli alloggi privati e il car sharing). Cresce parallelamente l'attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale dei viaggi, percepita sia dai travel manager sia dai viaggiatori.

6. **Reporting e analisi dei dati.** La nuova frontiera è l'analisi di dati aggiornati in tempo reale e selezionati in quanto realmente utili all'azienda (i cosiddetti Smart Data). L'obiettivo è riuscire a misurare in modo più accurato il *total cost of travel* (che comprende tutti i costi legati alla trasferta) ma anche avere feedback sulla soddisfazione dei viaggiatori.

«Siamo molto felici di poter disporre di informazioni aggiornate e approfondite sulle priorità e i bisogni sia dei decisori aziendali sia dei viaggiatori - fa notare **Loretta Bartolucci**, Sales, Marketing & Advanced Client Solutions di CWT Italia -. Tra l'altro, confrontandoci sulle top priorities 2016 ci troviamo perfettamente allineati in quanto abbiamo importanti innovazioni proprio sulle prime tre. Abbiamo infatti di recente **potenziato l'offerta CWT Safety & Security**, grazie all'accordo con la società specializzata International SOS e allo sviluppo di nuovi strumenti avanzati. Sul fronte *mobile* implementeremo all'inizio del 2016 anche in Italia la funzionalità di ricerca e prenotazione degli hotel sulla nostra **pluripremiata app CWT To Go** mentre, in termini di capacità di analisi dei dati, c'è stata un'ulteriore evoluzione con il recente lancio del nuovo tool **CWT AnalytIQs** per la **business travel intelligence**».

Maggiori informazioni e approfondimenti si possono trovare nel **Press Pack** all'indirizzo <http://releasd.com/1216>.

Metodologia della Ricerca

L'indagine annuale di CWT – il cui titolo completo è *Travel Trends, Program Priorities: A Traveler-Centric 2016* - si basa su un questionario sottoposto a 1.016 travel manager/travel buyer di 515 organizzazioni in 55 Paesi in tutto il mondo tra ottobre e novembre 2015. Il campione include aziende e organizzazioni di tutti i settori commerciali inclusi quello energetico e la Pubblica Amministrazione.