

Viaggi d'affari, settore in crescita

Pubblicato: Lunedì 9 Luglio 2018



Il futuro è roseo per i viaggi d'affari. Grazie alle cifre positive del commercio internazionale, alle tendenze in aumento per il settore manifatturiero e i mercati emergenti, e a movimenti positivi del mercato valutario, **per il 2018 è previsto un aumento del 6,1% nella spesa per viaggi business**, superiore rispetto a quello previsto nel 2017(+5,1%). Questa tendenza è avvalorata anche da una recente indagine di **Booking.com**, in base alla quale il 40% degli intervistati ha viaggiato per lavoro all'estero nell'ultimo anno, e il 36% ha viaggiato per lo stesso motivo entro i confini nazionali.

Questi dati confermano che **incontrare di persona clienti attuali e potenziali costituisce ancora un aspetto molto importante per la strategia di crescita** di un'azienda. Infatti, due terzi (66%) dei professionisti che hanno partecipato al sondaggio sostengono che viaggiare per incontrare clienti o colleghi vis-à-vis contribuisce in modo importante al successo di un'attività.

Da queste ottime prospettive per i viaggi business scaturisce la necessità di piattaforme di prenotazione di facile utilizzo, di una gamma più variegata di strutture, e di servizi e prodotti personalizzati per i viaggi di lavoro.

Come può sfruttare al massimo la forte crescita di questo mercato chi lavora nel settore dei viaggi business?

Prima di tutto, scegliere strutture adatte ai viaggiatori business

- Prenotare la struttura giusta è fondamentale per approfittare al meglio delle potenzialità di un viaggio di lavoro. In base alla ricerca condotta da Booking.com Business, il 60% degli intervistati concorda che avere a disposizione soluzioni di viaggio e di alloggio che soddisfino le esigenze specifiche dei viaggiatori business non è più un aspetto secondario, ma di primaria importanza. In cima alla lista dei servizi che non possono mancare in un soggiorno business abbiamo un letto comodo e un segnale WiFi potente (52% per entrambi), seguiti da un'abbondante colazione (38%) e dal servizio di trasferimento/navetta gratuito (27%). La scelta su dove soggiornare dipende molto anche dalla zona: le priorità per chi soggiorna sono infatti la facilità di accesso alle location dei meeting (47%) e l'ubicazione nel centro della città (29%).

Oltre al business c'è di più: offrire esperienze

- Chi viaggia per lavoro non considera più il viaggio d'affari come una serie di attività lavorative, ma vuole vivere un'esperienza genuina e approfittarne per scoprire nuovi posti, culture, lingue e persone. L'indagine di Booking.com rivela che quasi la metà (48%) dei viaggiatori internazionali di affari prolungherebbe il viaggio per visitare la destinazione. Quindi, per sfruttare al meglio il boom di questo mercato, chi lavora nel settore dei viaggi business dovrebbe cercare di arricchire la propria offerta e proporre esperienze tramite informazioni aggiornate sulla destinazione e consigli personalizzati.

Scegliere non è più un lusso, ma un'esigenza

- Con la crescita dei viaggi business, si assiste anche a una grande diversificazione dei viaggiatori.

Pertanto, se vogliono diventare un punto di riferimento per i viaggi di affari, le strutture ricettive non possono più fare affidamento su offerte generiche o indirizzate a un solo tipo di clientela. Le cinque tipologie di struttura a cui l'anno scorso i viaggiatori business hanno dato il migliore punteggio giudizi su Booking.com non erano hotel "tradizionali", ma case vacanze, bed and breakfast, appartamenti, affittacamere e locande.

La tecnologia al centro, per stare al passo coi tempi

- Grazie alla tecnologia, i viaggiatori business di oggi sono più indipendenti e non possono più fare a meno di siti web e app dal design intuitivo per pianificare, prenotare e vivere un soggiorno d'affari nel modo più semplice possibile. Non a caso, il 75% dei professionisti che ha risposto al sondaggio di Booking.com Business conferma che la tecnologia ha contribuito a semplificare l'organizzazione delle trasferte di lavoro e la prenotazione di strutture ricettive, rispetto a quando ci si rivolgeva alle tradizionali agenzie di viaggio.

di turismo@varesenews.it