CWT Solutions Group: come ridurre l'insuccesso dei viaggi d’affari

Per limitare il rischio di un viaggio di lavoro poco profittevole, **CWT Solutions Group, divisione di Carlson Wagonlit Travel (CWT), ha condotto uno studio sul ritorno dell’investimento (ROI) del business travel**. La ricerca, dal titolo “**The value of business travel: The travelers’ perspective**”, ha coinvolto 10.000 viaggiatori appartenenti a sette aziende clienti di CWT in varie parti del mondo con lo scopo di **approfondire come viene valutato il ritorno dell’investimento di una trasferta e offrire indicazioni su come ridurre il numero di viaggi di lavoro ritenuti insoddisfacenti**. **L’88% dei viaggiatori interpellati ha valutato positivamente il successo del loro ultimo viaggio**; il 9,5% dei viaggi risulta non aver prodotto benefici significativi rispetto al costo, mentre il 2,5% dei viaggi è stato ritenuto insoddisfacente. Alcuni degli elementi legati all'insuccesso riguardano il numero di riunioni che si svolgono durante la trasferta, il tempo totale dedicato ai meeting e l’anticipo nella prenotazione. In generale, ogni riunione supplementare riduce la probabilità di insuccesso di circa il 10%: **un viaggio durante il quale si partecipa a un solo meeting produce un risultato infruttuoso nel 19% dei casi**.

“Questo studio migliora la conoscenza e la comprensione degli aspetti chiave che determinano il successo di un viaggio d’affari - commenta **Catalin Ciobanu**, Director Innovation & Big Data Analytics di CWT Solutions Group e curatore della ricerca -. Confidiamo che possa essere utile ai nostri clienti sia per ridurre le eventuali trasferte poco profittevoli sia per aumentare il valore generato complessivamente dai loro viaggi d’affari. Questo è solo l’inizio di un percorso di approfondimento sul ROI nel business travel. Il prossimo step sarà quello di lavorare insieme ai nostri clienti, sulla base dei risultati dello studio, per impostare indicatori di performance (KPI) specifici per le trasferte dei propri dipendenti. Il nostro obiettivo è infatti quello di supportare le aziende a gestire sempre più il travel come attività strategica, a supporto degli obiettivi aziendali”.