Manageritalia, mobile e cliente-centricità i nuovi modelli di business del turismo

Nuovi modelli di business nelle imprese del turismo e nuove competenze manageriali: è **il convegno che si è svolto a Roma organizzato da Manageritalia, Confturismo e Confcommercio Veneto ed Emilia Romagna, Ciset, Università Ca' Foscari di Venezia e finanziato da Fondir.** In un Paese povero di managerialità, con meno di un dirigente per ogni cento dipendenti (0,85%), **i dirigenti nel turismo sono quasi assenti**. Questi sono le conclusioni di Manageritalia che, basandosi sui dati Inps, sostiene anche che nel comparto alberghi e ristoranti i manager in Italia sono solo 677, lo 0,05% dei lavoratori dipendenti, come riporta anche Adnkronos.

Dai risultati dell'indagine svolta su manager e imprenditori emergono le seguenti necessità e tendenze nel settore turismo: **rispondere alle esigenze di nuovi mercati-segmenti (60%), sviluppare prodotti innovativi basati sulla creatività (47%), destagionalizzare mirando a target di nicchia (41%), mettere il cliente al centro della definizione del prodotto (35%), creare alleanze strategiche (32%)**. La sfida per le aziende consiste quindi nel gestire il rapporto con un cliente evoluto e sempre più interattivo, ridefinire l'assetto organizzativo in favore di una maggiore efficacia ed efficienza, diversificare le linee di prodotto e creare partnership strategiche.

Fra i cardini del nuovo turismo c'è soprattutto il consumatore, che vuole essere parte integrante della rete stessa dell'impresa partecipando alla creazione del valore. E crescono i mocal traveler, che si distinguono per la loro attività sui social network e per l'uso elevato di device mobili. **Oggi il 20% del fatturato dell'industria dei viaggi viene da mobile** e non è solo questione di cambio di supporto, ma di un cambio radicale di comportamento, molto più flessibile nel programmare o ridefinire le caratteristiche del viaggio all'ultimo secondo.