CWT, 2015 anno d'oro per il new business

Cresce nel 2015 il new business di **Carlson Wagonlit Travel**. Nonostante la sfida del contesto economico e la riduzione delle spese di viaggio da parte dei clienti del settore petrolifero ed energico, l'acquisizione di nuovo business per CWT raggiunge un volume di 1,7 miliardi di dollari, con un numero di transazioni gestite a livello globale stabile a 61,4 milioni e un volume complessivo di traffico attestato a 24,2 miliardi di dollari. In **Italia** CWT nel 2015 raggiuge 74,2 milioni di dollari di new business, con una crescita del 30,3% rispetto al 2014. Complessivamente il numero di transazioni gestite in Italia si attesta a quota 2,6 milioni, con un incremento del 4,1%. Significativo poi il tasso di soddisfazione dei viaggiatori di CWT Italia, che arriva all'89,5%, e quello dei travel manager, pari a 3,3 su una scala da 1 a 4.

In crescita anche l'adozione globale dell’online (+15%), grazie alla possibilità di prenotare anche i treni attraverso il tool integrato CWT Book2Go, il lancio di CWT AnalytIQs, lo strumento per monitorare e gestire i dati di viaggio, e lo sviluppo di CWT To Go, l'app per la prenotazione hotel tramite mobile, che ora conta 560mila utenti per una una crescita del 62%. "Credo sia proprio l'unione tra la continua ricerca di innovazione, la qualità dei nostri processi e un servizio effettuato dall’uomo per l’uomo uno degli elementi che ci ha fatto scegliere anche nel 2015 da tante aziende italiane e multinazionali", commenta **Antonio Calegari**, amministratore delegato di CWT Italia. E ha permesso a CWT di chiudere il 2015 con risultati in crescita.