I 5 trend di mercato che influenzano il business travel

Dalla ricerca "Top Travel Priorities", presentata il 19 maggio a Milano nel corso del Corporate Travel Forum emergono 5 grandi trend di mercato che stanno influenzando il settore del business travel.
Ad elencarli è **Marco D'Ilario**, Managing director di HRS Italia: "Le tendenze che sono emerse e con cui le aziende dovranno fare i conti oggi e nei prossimi anni riguardano il Blitzscaling, ovvero la capacità di gestire in tempo reale situazioni di cambiamento o crisi; Video of everything, con la sempre maggiore pervasività di questo tipo di media; il Momentary marketing, vale a dire le azioni di marketing temporaneo ed istantaneo; l'Amazonisation, ovvero le crescenti aspettative dai servizi di customer service; e il trend della generazione successiva ai Millennials che tra pochi anni arriverà in azienda"
Eccole nel dettaglio:

1. **BLITZSCALING** - Rappresenta la capacità di gestire in tempo reale situazioni di cambiamento, crisi, eventi inattesi, ma anche opportunità. Concetto che nasce dal termine militare Blitzkrieg (guerra lampo) della II guerra mondiale. Nel business travel è la competenza che devono acquisire oggi i travel manager per potere gestire sia situazioni di crisi (es: eventi di Parigi e Bruxelles), sia opportunità d'impresa (es: apertura mercato Iran) con massima rapidità e capacità d'azione.
2. **VIDEO OF EVERYTHING** - Nel 2019 l'80% del traffico internet sarà indirizzato verso i video. Per il business travel, ciò significa la necessità di superare la staticità della riproduzione fotografica con nuovi contenuti esperienziali, capaci di immergere il cliente nell'esperienza prima che questa in realtà tragga inizio. Si tratta di un "must have" che penalizzerà coloro che invece rimarranno su forme di contenuto arcaiche (le fotografie appunto).
3. **MOMENTARY MARKETING**- Si tratta delle azioni di marketing temporaneo ed istantaneo, finalizzate a colpire nel momento dell'interazione. L'esempio classico è il banner su internet o il retargeting di un banner sulla base della lettura della navigazione del cliente. Nel business travel ciò è rappresentato dalla capacità della struttura fisica o dell'Hotel Booking Company di saper intercettare all'istante i desiderata dei clienti attraverso sofisticati processi di Intelligenza Artificiale.
4. **AMAZONISATION** - Sulla base della riconosciuta supremazia nel customer service ottenuta da Amazon, significa un innalzamento dei requisiti di customer care che il business travel si aspetta da ogni interfaccia: hotel, servizi a terra, intermediari, compagnie aeree. Minime cadute rispetto alla

standard aprono le porte ad altra concorrenza di prossimità o ad altre formule di business.

5. **NEXT IS ADULTING** - E' la generazione successiva ai Millennials (oggi 18-19 anni) che nell'orizzonte di un quinquennio cominceranno ad essere presenti in azienda. Il loro è un comportamento ancora più radicato nel mondo digitale. Per gli operatori del business travel, ciò significa una politica di social media 4.0, un incremento delle soluzioni digitali, il chiaro riconoscimento - anche in ambito aziendale - della consumerizzazione?