CWT, oltre 2 miliardi di dollari dal new business nel 2016

Nel 2016 **Carlson Wagonlit Travel** (CWT) ha registrato un volume di **new business** acquisito di oltre 2 miliardi di dollari.
A trainare il risultato, in particolare, la nuova strategia 3.0.
“La nostra strategia è semplice - spiega Kurt Ekert, President e CEO -: creare un’offerta che non ha pari e dare sempre più valore ai nostri clienti e partner. Questo, in particolare, significa offrire un’esperienza di tipo consumer ai nostri viaggiatori, quale che sia il canale con cui scelgono di interagire con noi, dando loro accesso ai migliori strumenti sul mercato, a un’offerta completa per gli hotel, e aumentando la personalizzazione”.
Nell’esercizio finanziario chiuso il 31 dicembre 2016, CWT ha registrato complessivamente oltre 58,7 milioni di transazioni. Particolarmente positiva la performance della app CWT To Go, il cui numero di utenti è aumentato del 40% raggiungendo quota 750.000.
La divisione CWT Energy, Resources & Marine ha risentito negativamente di ulteriori tagli nelle spese di viaggio decisi dalla aziende del settore, con un conseguente calo del 23% nel volume totale di traffico. Nonostante questo, CWT ha chiuso il 2016 con un volume complessivo di traffico pari a 23 miliardi di dollari.
Positivo invece il risultato di CWT Meetings & Events e di CWT Solutions Group. La prima divisione nel 2016 ha organizzato 35.000 meeting (+ 27% sul 2015), mentre la seconda, specializzata nella consulenza alle aziende, ha registrato un aumento dei ricavi del 13%.