Il ruolo dei Travel Manager nel futuro: la ricerca di HRS

HRS, in occasione dell'evento annuale **Corporate Travel Forum**, ha presentato i risultati della ricerca "Outsourcing del processo di Travel: come evolvono le competenze dei Travel Manager" che mette in evidenza come si evolverà l'outsourcing del business travel e come di conseguenza dovranno cambiare gli skill dei travel manager.

Il ruolo del Travel Manager

La ricerca si suddivide in due parti: una qualitativa con interviste ai CPO (Chief Procurement Officer) e una parte quantitativa sui TM (Travel Manager) di aziende strutturate e con ampio budget gestito.
I risultati dei due studi mettono subito in evidenza come siano differenti i punti di vista dei Chief Procurement Officer rispetto ai Travel Manager. Se infatti i primi ritengono che la conoscenza della travel industry e il coordinamento delle funzioni aziendali seguite da skill operativi siano le competenze principali che dovrebbero avere oggi i TM, quest'ultimi ritengono invece che le loro skill fondamentali siano la capacità di problem solving seguito dal coordinamento delle differenti azioni aziendali e la conoscenza tecnologica del travel.
La ricerca ha inoltre indagato su quelle che dovrebbero essere le competenze dei TM in futuro e si conferma la stessa discrepanza tra i due gruppi intervistati: i CPO prevedono che **entro il 2020 i TM dovranno principalmente gestire il coordinamento interfunzionale, migliorare le conoscenze tecnologiche e le abilità di data analytics**. Mentre i TM credono che nel prossimo futuro le competenze più importanti per il loro ruolo dovranno essere: **mentalità innovativa, esperienza nella gestione dei cambiamenti e conoscenza della tecnologia travel**.

Outsourcing nei processi alberghieri

HRS ha anche chiesto in che modo i Travel Manager negoziano le tariffe alberghiere della propria azienda.
Il 41,4% degli intervistati dichiara di negoziarle direttamente attraverso un processo interno tradizionale, il 23,4% con etool aziendali (58,3%in Italia, l'utilizzo di supporto informatico è doppio

rispetto al resto del mondo), il 30,6% tramite outsourcing parziale e solo il 4,6% dichiara di negoziare le tariffe tramite outsourcing totale.
Più in generale nel business travel il 52,5% dei Travel Manager dichiara di non utilizzare ancora l'outsourcing, dato che sale vertiginosamente se estrapoliamo solo i dati italiani con la percentuale che sale all'85,7%.

Come viene valutato un Travel Manager

La capacità di attuare risparmi diretti grazie alla negoziazione con gli hotel è per il 33% l'indicatore più importante per la valutazione del TM, seguito dalla realizzazione di risparmi indiretti con l'ottimizzazione dei processi (22%) e la soddisfazione del viaggiatore per il 20%.
Diventa così fondamentale per i Travel Manager non solo migliorare la soddisfazione dei viaggiatori, ma anche individuare - e quindi ridurre - i costi nascosti e ottimizzare i processi che incrementano la produttività così da essere maggiormente valorizzati.