Report McKinsey, tutti i trend del business travel di domani

La ripresa ci sarà, prima negli Stati Uniti e poi in Europa. Ma con tempi ancora incerti, e in ogni caso solo se le campagne vaccinali proseguiranno a ritmi sostenuti. L'analisi arriva dal report di **McKinsey**, dal titolo “The comeback of corporate travel: How should companies be planning?”, che analizza la prossima ripresa dei viaggi d’affari.
Nel 2020, le spese totali per i viaggi d'affari a livello globale si sono contratte del 52%, mentre la spesa per i viaggi d'affari negli **Stati Uniti** è crollata del 71%, ovvero 94 miliardi di dollari.
Per la **Nuova Normalità**, lo studio identifica quattro categorie di viaggiatori business, ciascuna con una posizione diversa in termini di resilienza, e fornisce raccomandazioni su come gli attori chiave dell'ecosistema possono fare piani efficaci.

- **Never left**: sono i dipendenti per i quali i viaggi sono considerati essenziali per condurre gli affari, che hanno ripreso i loro viaggi non appena i lockdown si sono attenuati;
- **Never returning**: i digital adopter che sono in grado di mantenere alti livelli di efficacia mentre lavorano in remoto potrebbero non tornare mai più ai viaggi aziendali;
- **Fear of missing out** (FOMO): la maggior parte dei viaggi d'affari (il 60% della spesa per i viaggi di lavoro nel 2019) - che probabilmente guiderà il rimbalzo dei viaggi aziendali - sarà alimentata dal segmento FOMO: coloro che viaggiano per coltivare importanti relazioni con i clienti;
- **Wait and see**: questo segmento si compone di lavoratori in settori e ruoli relativamente non competitivi (settore pubblico, associazioni professionali, nonprofit). Durante la pandemia, molte associazioni professionali sono state in grado di tenere eventi virtuali al posto di conferenze in persona e probabilmente saranno più cauti nel tornare a viaggiare.
  Infine, McKinsey indica quattro fasi per tracciare una road map sicura ed efficace per i **futuri viaggi aziendali**: sfruttare i dati in tempo reale, incorporare l'agilità nella pianificazione, personalizzare le esperienze in base a sicurezza e comfort e comunicare con chiarezza.