Bleisure e digitale, la ricetta per conquistare i Millennials nel business travel

Secondo una ricerca globale indipendente commissionata da **Travelport** in Italia i Millennials sono fautori di un'evoluzione nell'ambito dei viaggi di lavoro con le loro richieste di supporto digitale all'avanguardia per tutta la durata dei loro viaggi e di consigli personalizzati da parte di consulenti umani,

Lo studio, svoltosi in 19 paesi su 11.000 viaggiatori, i quali hanno preso almeno un volo nell'ultimo anno, ha rivelato in particolare che:

- Due quinti dei millennial italiani che viaggiano per affari (il 38%) considerano un problema non essere in grado di accedere in ogni momento alle informazioni riguardanti la prenotazione tramite qualsiasi dei loro dispositivi, contro un quarto (il 27%) dei viaggiatori della generazione X2 e contro un quinto (il 17%) dei baby boomers3
- Un terzo (il 36%) dice di essere frustrato quando le compagnie non usano l'analisi dei dati per fornire raccomandazioni di viaggio altamente personalizzate in base alle preferenze passate, contro un quarto (il 24%) dei baby boomers
- Un terzo (il 34%) dice che non poter usufruire del consiglio esperto di un consulente umano durante il processo di prenotazione è un grosso svantaggio

  La voglia crescente dei millennial per il 'bleisure' – itinerari che combinano sia gli affari che il piacere – è anch'essa un motore del cambiamento. Due terzi (il 61%), per esempio, estende regolarmente i loro viaggi d'affari di un paio di giorni così da poter vedere le attrazioni locali, contro i due quinti (il 39%) dei baby boomers.

  Per soddisfare le loro richieste 'bleisure', la maggior parte dei millennial italiani che viaggiano per affari fanno da soli le loro ricerche prima di finalizzare i piani di viaggio. Tra gli strumenti più utilizzati per costruire il loro itinerario perfetto ci sono siti di recensioni (usati dal 97%) e siti con consigli di viaggi generici (usati dall' 86%). Anche guardare tra i video e le foto postate da marchi di viaggio sui social media (il 76%) è un comportamento tipico per i millennial italiani tecnologicamente capaci, come anche l'uso di tecnologie quali la ricerca vocale (il 62%).

Quando hanno bisogno di prenotarsi un viaggio da soli, la maggior parte dei millennial viaggiatori business lo fa online tramite il pc (52%). In ogni caso, un terzo (33%) afferma di prenotare i viaggi di lavoro online tramite il proprio smartphone, numero tre volte superiore a quello dei boomers (11%), e un quinto (21%) diche di farlo usando i tablet.

Durante il viaggio di lavoro, in media, i viaggiatori business millennial italiani usano **16 differenti categorie di app**. Di queste, le app con contenuti video sono fra le più popolari (usate dall' 89% dei viaggiatori d'affari millennial italiani), insieme a quelle che forniscono mappe (88%). Alti risultati per le app di social media (87%), recensioni di viaggio (83%) e guide di viaggio (80%) sostengono fortemente l'ipotesi che per i viaggiatori d'affari italiani gli affari non sono tutto.

Sandro Gargiulo, Country Manager Italia di Travelport, commenta: "Il primo smartphone al mondo è stato lanciato sul mercato nel 1992. Coloro che chiamiamo millennial hanno vissuto tutta la loro vita adulta con il supporto di strumenti digitali pensati per aumentare la loro esperienza del mondo fisico. Questa categoria non ritiene che la presenza multi canale sia un'extra, ma la ritiene un requisito base. È fondamentale che le agenzie che si occupano di gestione viaggi, così come gli attori che operano nel mondo delle prenotazioni aziendali, non solo riconoscano la situazione, ma siano in grado di rispondere. La mancanza di risposta implica il rischio della perdita di contatto, e quindi di rilevanza, con i propri viaggiatori, specialmente in un paese digitalmente avanzato come l'Italia".