



Migliorare gli hotel program



Gli obiettivi principali dei travel buyer per il 2019



1. Ridurre i costi degli hotel program



2. Aumentare la compliance alla policy



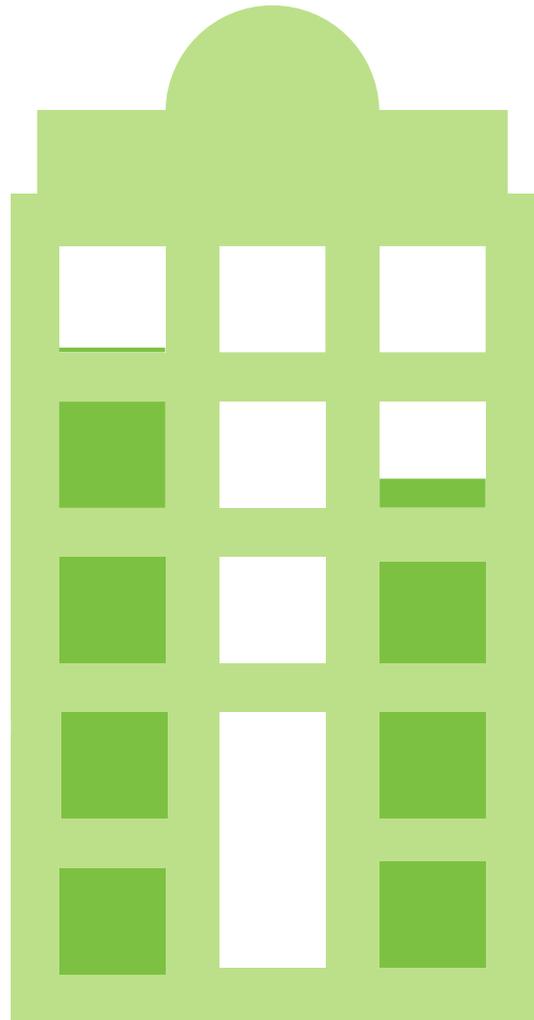
3. Migliorare la soddisfazione dei viaggiatori

Obiettivo 1: Ridurre i costi degli hotel program



I viaggiatori sono disposti a spendere di più se i massimali aziendali per le prenotazioni hotel non permettono di soddisfare le loro esigenze per i viaggi d'affari

L'**82%** dei viaggiatori d'affari afferma di rispettare “spesso” o “sempre” i massimali aziendali per le prenotazioni hotel

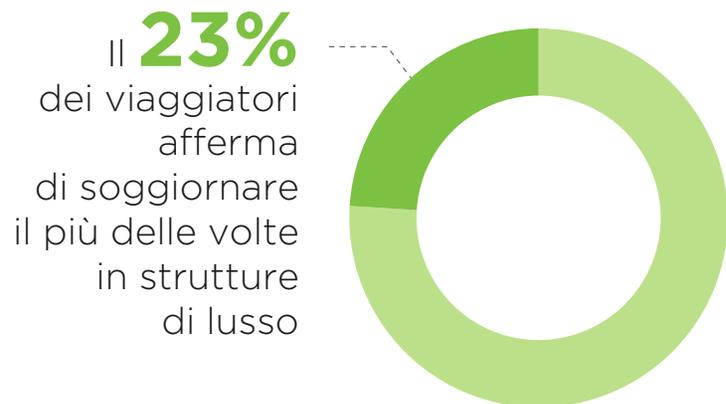


Nonostante questo, il **66%** sostiene che vorrebbe dei massimali più alti per poter soggiornare nelle strutture preferenziali

Obiettivo 1: Ridurre i costi degli hotel program



Esistono divari tra le strutture in cui i viaggiatori soggiornano solitamente e quelle che sono autorizzati a prenotare



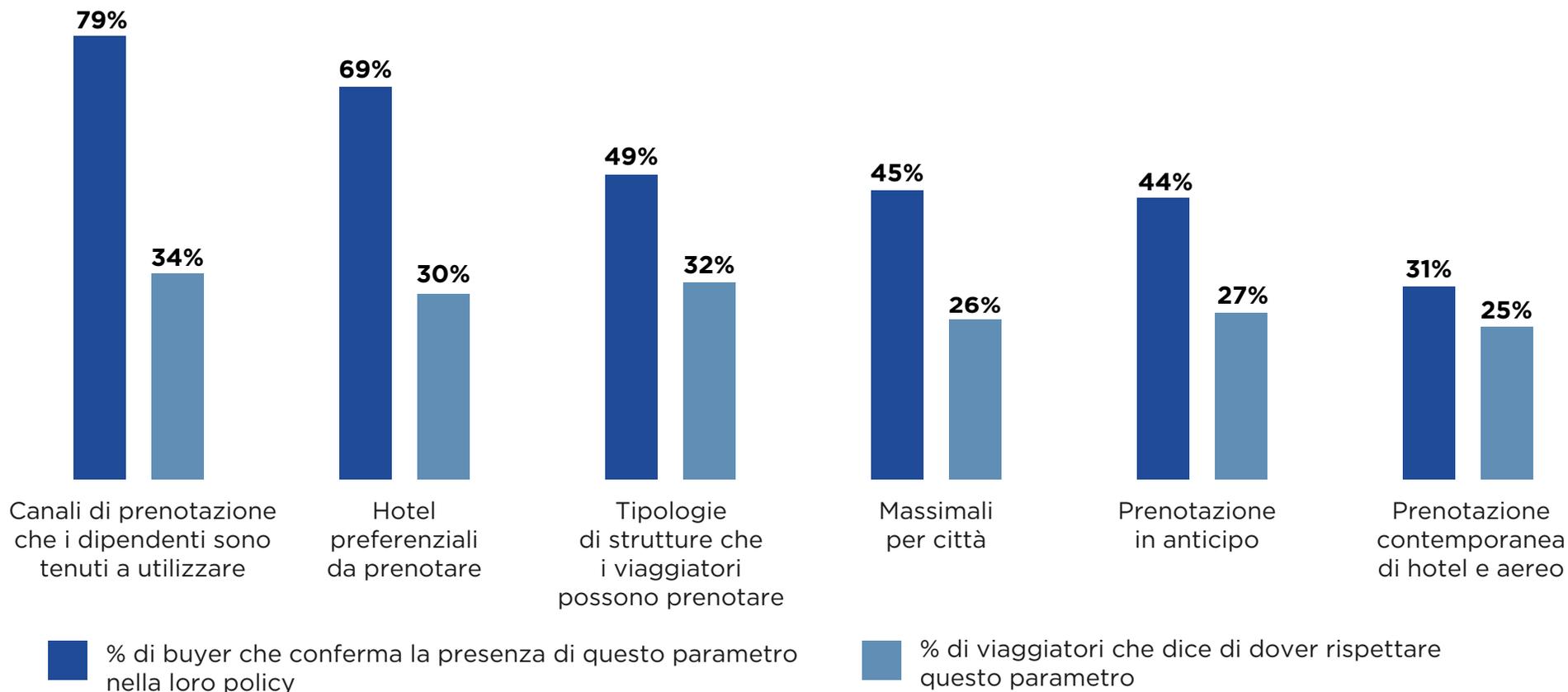
Un terzo dei viaggiatori d'affari dice di essere disposto a sfiorare i massimali aziendali per le prenotazioni hotel di **31 dollari o più**, per soddisfare al meglio le esigenze dei viaggi d'affari

Obiettivo 2: Aumentare la compliance alla policy



I travel buyer affermano, che in media, **un terzo (32%)** delle prenotazioni è fuori policy

I viaggiatori potrebbero non conoscere i parametri della loro travel policy



Obiettivo 2: Aumentare la compliance alla policy

Esiste una divergenza tra viaggiatori e buyer sulle opzioni disponibili

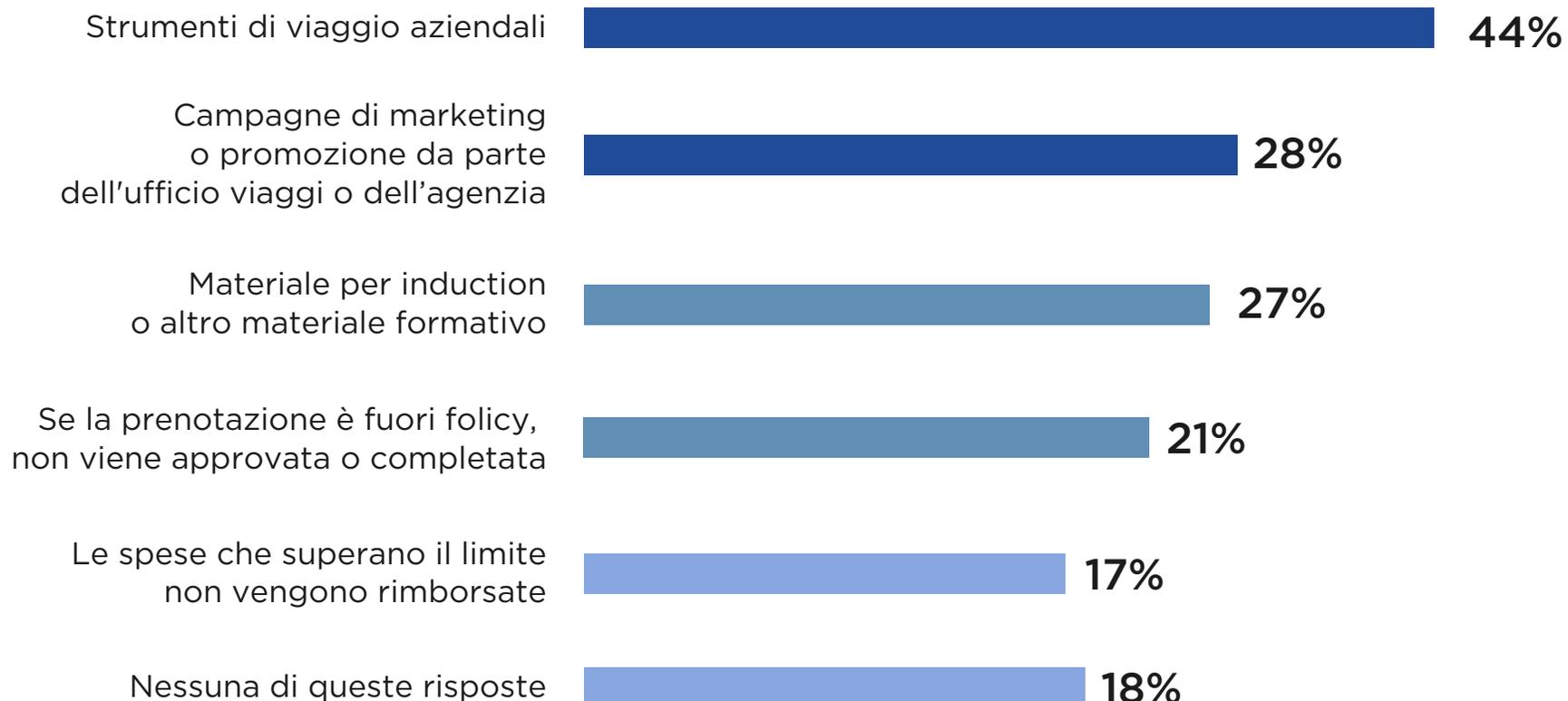


Obiettivo 2: Aumentare la compliance alla policy



I viaggiatori indicano una scarsa comunicazione sulla travel policy, sebbene il 62% dei travel buyer sostenga di fornire ai viaggiatori tutte le informazioni sulla travel policy

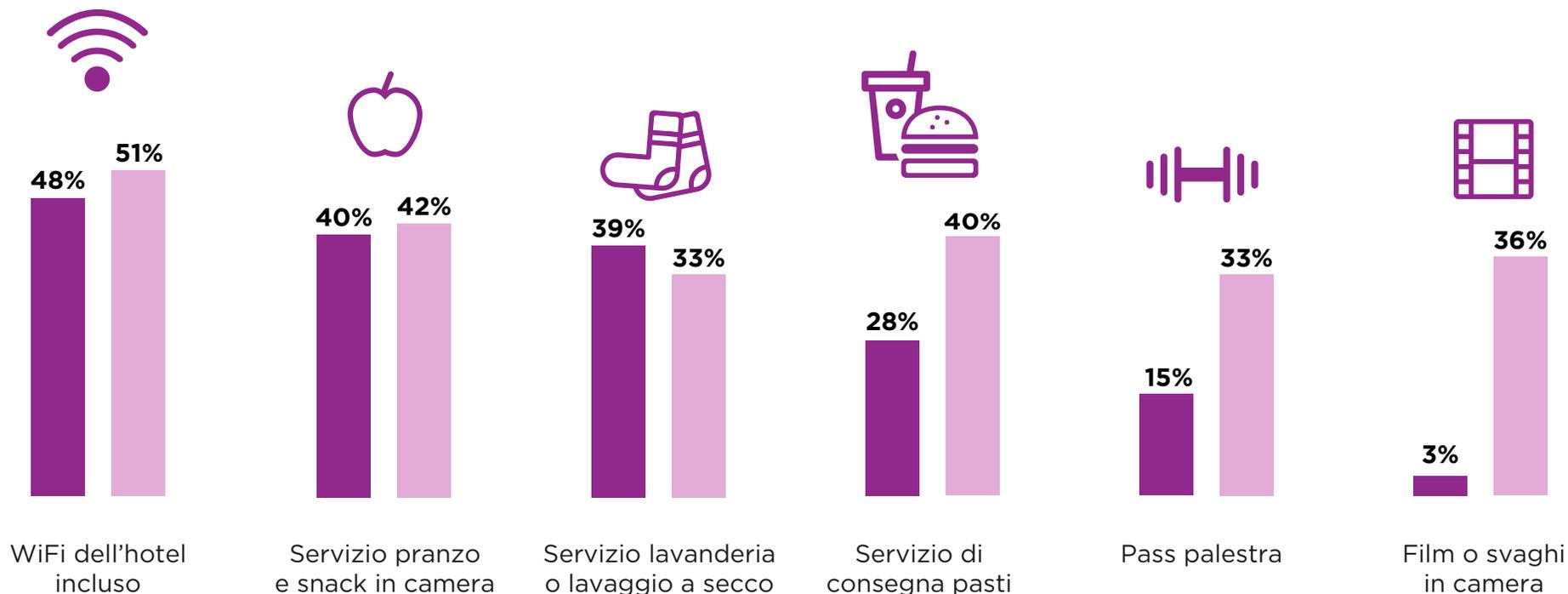
In che modo ricevi le informazioni sulla travel policy?



Obiettivo 3: Migliorare la soddisfazione dei viaggiatori



I viaggiatori desiderano usufruire di amenities non sempre incluse nella loro travel policy



Buyer che affermano che le amenities sono regolamentate nella travel policy

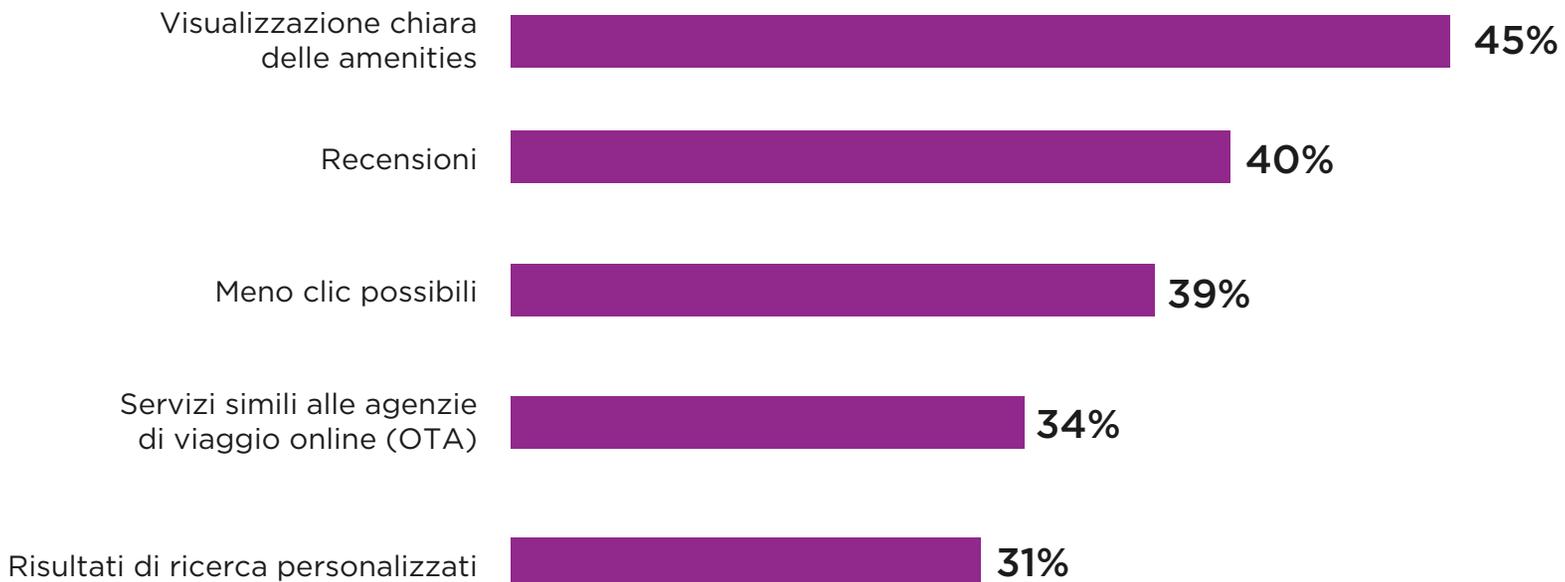
Viaggiatori d'affari che acquisterebbero amenities se non fossero previsti massimali

Obiettivo 3: Migliorare la soddisfazione dei viaggiatori



Il 52% dei viaggiatori d'affari afferma che l'uso degli strumenti di prenotazione online (OBT) è la principale sfida per le prenotazioni tramite i travel program

Cosa si aspettano i viaggiatori dagli strumenti di prenotazione online?



Metodologia

Indagine rivolta a un duplice target:

- Survey online su 265 travel buyer negli Stati Uniti (131) e in Europa (134)
 - Realizzata tra il 19 settembre 2018 e il 12 ottobre 2018
- Survey online su 750 viaggiatori d'affari negli Stati Uniti (247), nel Regno Unito (254) e in Francia (249)
 - Requisiti dei partecipanti:
 - Dipendenti full-time o part-time
 - Hanno viaggiato per affari più di una volta nell'ultimo anno
 - Realizzata tra il 5 ottobre 2018 e il 15 ottobre 2018

Informazioni su GBTA

La Global Business Travel Association (GBTA) è la più importante associazione professionale del mondo, rappresentando budget per un valore di 1,4 trilioni di dollari. L'associazione riunisce oltre 9.000 professionisti del settore dei viaggi d'affari di tutto il mondo. Nel complesso, ogni anno i nostri membri controllano direttamente oltre 345 milioni di dollari di spesa per business travel e meeting aziendali a livello globale e rappresentano tutti i settori del mercato dell'industria dei viaggi globale.

