Business travel: come le tecnologie accrescono la produttività dei viaggiatori

Secondo il **CWT** Connected Traveler Study, pubblicato da **Carlson Wagonlit Travel**, i viaggiatori d'affari utilizzano un sempre maggiorn numero di dispositivi elettronici e si sentono più produttivi mentre sono in viaggio per lavoro. La survey condotta su oltre 1.900 business traveller ha rivelato che essi portano con sé in media quattro diversi tipi di device (telefono cellulare, tablet, computer portatile, smartwatch, etc.), e che lo smartphone è indicato come "strumento di viaggio di cui non possono fare a meno", dato che l'80% dei viaggiatori in tutto il mondo si affida proprio al telefono per portare avanti il lavoro.

Per quanto riguarda l'Italia, i viaggiatori d'affari sono in cerca di opportunità. L'88% degli intervistati, infatti, cerca in modo proattivo occasioni per viaggiare - un dato di nove punti superiore a qualunque altro Paese in Europa - e l'83% trova stimolanti i viaggi di lavoro. Gli italiani in particolare amano esplorare e sono molto socievoli in viaggio, tanto che quasi tre su quattro (73%) amano dedicare tempo a visitare i luoghi in cui viaggiano e quasi lo stesso numero (72%) cerca di socializzare. Ma, sebbene amino viaggiare, anche gli italiani sentono nostalgia di casa al punto che la metà dichiara di sentire le persone con cui vive più di una volta al giorno.

Le evidenze globali

Grazie alla tecnologia, la maggior parte dei viaggiatori (88%) ritiene che oggi sia più facile affrontare un viaggio. Ciò ha portato una maggioranza significativa (78%) degli intervistati a cercare l'opportunità di viaggiare per lavoro e quasi la stessa percentuale considera i viaggi d'affari stimolanti (72%). I viaggiatori di oggi sono esperti e usano le loro conoscenze per pianificare i viaggi. Più della metà (55%) in particolare fa riferimento a esperienze di viaggio precedenti mentre organizza una trasferta, oltre ai siti web degli hotel (54%) e delle compagnie aeree (50%). La maggior parte delle app usate dai viaggiatori (45%) riguardano i vettori e gli alberghi ma sono usate spesso (41%) anche quelle che forniscono mappe.

«Il viaggiatore d'affari può essere molto più produttivo rispetto a solo cinque anni fa grazie alla tecnologia - sottolinea **Simon Nowroz**, chief marketing officer di Carlson Wagonlit Travel -. Basti pensare ai passi avanti compiuti rispetto a quando il viaggiatore perdeva tempo aspettando un volo, in taxi e in hotel. Ora può connettersi e lavorare mentre è in aereo o ovunque si trovi. Grazie alla

continua diffusione dei tablet, così come di numerose app, i viaggiatori sono sempre connessi e possono portare avanti il proprio lavoro».
Secondo lo studio, le relazioni di lavoro e la produttività sono rafforzate dai viaggi d'affari dato che quasi 9 viaggiatori su 10 (86%) dichiarano che i viaggi li hanno aiutati ad accrescere le proprie conoscenze e acquisire nuove prospettive e l'80% indica che i viaggi d'affari hanno aumentato la loro produttività. Inoltre, più di 9 viaggiatori su 10 (93%) sostengono che i viaggi positivi superano quelli negativi per stabilire e mantenere relazioni di lavoro, e quasi 8 su 10 (77%) ritengono che siano positivi anche in riferimento alla loro vita personale.
Due sono le aree principali di preoccupazione per i business traveller. Anche se due terzi degli intervistati (67%) è convinto che i viaggi oggi siano più sicuri, quasi la metà (46%) è preoccupato per la propria sicurezza e per questa ragione più viaggiatori (68%) hanno acquistato "talvolta o sempre" un'assicurazione di viaggio. Chi va in trasferta ha anche difficoltà a mantenere le proprie abitudini riguardo all'esercizio fisico e al benessere generale, visto che più della metà (54%) afferma che esse vengono alterate mentre sono fuori casa.
Secondo lo studio, i viaggiatori entrano in contatto con i colleghi o con la famiglia utilizzando spesso metodi diversi. Con la famiglia e gli amici i viaggiatori preferiscono ricorrere al telefono (44%), a Skype (24%) e agli SMS (17%); mentre con i colleghi usano email (44%), telefonate (24%) e SMS (14%).
Le differenze per aree geografiche
I risultati evidenziati nel Continente Americano, in EMEA e APAC presentano analogie ma anche differenze. I viaggiatori dell'area APAC sentono infatti di avere tutto sotto controllo (84%) e di essere in grado di gestire le loro responsabilità molto più dei viaggiatori americani (76%) ed europei (73%). Inoltre essi affermano in misura maggiore (53%) che i viaggi sottraggono tempo ad altri lavori e costringono i colleghi a farsi carico di alcuni problemi.
Riguardo alle relazioni personali, circa un quarto dei rispondenti del Continente Americano ritiene che i viaggi nuocciano al rapporto con il loro coniuge o con altri partner significativi (27%), più delle loro controparti in EMEA e APAC (22%). Questo probabilmente è il motivo per cui i viaggiatori americani hanno cercato con maggiore impegno di restare in contatto con la famiglia (50%) rispetto ai viaggiatori APAC (31%) ed EMEA (27%). I viaggiatori dell'area APAC dichiarano infine con maggiore frequenza di aver perso eventi importanti a causa delle trasferte di lavoro: più della metà (51%) ha saltato almeno due eventi o occasioni sociali negli ultimi 12 mesi, rispetto al 44% dei viaggiatori europei o il 42% di americani.
«Sono molte le variabili che contribuiscono a rendere un viaggio d'affari un successo o un fallimento agli occhi dei viaggiatori - sottolinea **Chris Bowen**, managing director EMEA di CWT -. Più rendiamo facile per i viaggiatori organizzare la propria trasferta, più li aiutiamo ad avere una migliore esperienza complessiva».