



Claudio Miglio managing director di Hogg Robinson Italia

Hogg Robinson Italia

Il Digital al servizio dei business travel

di Alberto Giusti in collaborazione con ADICO

Probabilmente il settore più maturo in ambito Digital è il turismo. Tutti noi ormai prenotiamo viaggi online e non ci ricordiamo più quando ci recavamo nell'agenzia turistica vicino a casa. Ma cosa succede quando un travel manager è chiamato a gestire i viaggi di una grande azienda? Normalmente, si rivolge a una Travel Management Company (agenzia di viaggi specializzata in business travel) che garantisca le tariffe più competitive (in genere negoziate ad hoc con i fornitori quali compagnie aeree, catene alberghiere etc.), e al tempo stesso un adeguato livello di servizio a tutti i viaggiatori dell'azienda cliente (un top manager in un altro paese, con fusi orari diversi, a cui è stato cancellato un volo, è un imprevisto da gestire tempestivamente per evitare problemi lavorativi e costi ingenti), senza tralasciare il tema della sicurezza oggi più che mai attuale. Questo mese, abbiamo intervistato **Claudio Miglio, managing director di HRG Italia, filiale italiana del Gruppo Hogg Robinson** (www.hrgworldwide.com). La società internazionale specializzata in servizi per i viaggi d'affari, è stata fondata nel 1845, ha sede a Basingstoke (UK), e impiega più

di cinquemila dipendenti (circa 160 in Italia) per un volume d'affari di oltre otto miliardi di dollari a livello worldwide e circa 200 milioni in Italia. I servizi erogati dal gruppo seguono processi concordati con i propri clienti per rispettare le travel policy aziendali e nel contempo tenere sotto controllo la spesa per le trasferte, nel rispetto dei processi autorizzativi delle aziende clienti sempre più caratterizzati da una gestione digitale automatizzata. In Italia, è in netta crescita la tendenza da parte delle grandi aziende all'utilizzo di Self Booking Tool (HRG ONLINE è uno di questi) attraverso i quali si può accedere ai vari sistemi di prenotazione globali (Global Distribution System), dando la possibilità di gestire in totale autonomia le prenotazioni dei servizi di viaggio. Claudio Miglio ci ha comunicato che spesso le opportunità più rilevanti nascono da gare internazionali indette da gruppi multinazionali, con gli headquarter impegnati nel coordinamento dei vari paesi coinvolti. In Italia questo processo di consolidamento internazionale trova a volte delle resistenze legate alle abitudini e alle relazioni locali che rendono più macchinose queste iniziative.

Digital Transformation e consolidamento del CRM di gruppo. Gestione delle policy, imprevisti e sicurezza tra i punti chiave del travel manager

Il percorso che il gruppo ha compiuto nell'ambito della Digital Transformation ha visto il passaggio, ancora in atto, da una intranet aziendale che gestiva soltanto le informazioni chiave su clienti e prospect, a un CRM di gruppo che include la metodologia Digital Building Blocks.

DIGITAL ANALYTICS

I dati sono il cuore dell'efficienza portata dal Digital e naturalmente le corporate sanno che devono partire da questi per poter ottimizzare i costi e tenere traccia della applicazione delle policy aziendali. Questo pertanto è uno dei motivi per cui viene scelto un operatore come HRG, affinché il travel manager sia in grado di monitorare e analizzare al meglio i dati di spesa. I servizi di reporting e di monitoraggio della spesa offerti da una Travel Management Company come HRG sono considerati tra le soluzioni più utili alle aziende che intendono ottimizzare le spese di trasferta su scala internazionale.

INBOUND MARKETING

A livello internazionale i clienti vengono acquisiti attraverso vere e proprie gare d'appalto. In Italia, l'attività di inbound marketing è attualmente presidiata da una prospezione del mercato effettuata direttamente dal team commerciale con un coordinamento a livello di Gruppo. L'attività è focalizzata su un target qualificato di prospect caratterizzato da aziende di respiro internazionale (attualmente il portafoglio clienti di HRG Italia è composto per il 60% da aziende contrattualizzate a livello internazionale).

LEAD GENERATION E PROCESSI DI VENDITA

L'attività di lead generation non viene condotta attraverso azioni online, bensì generata attraverso attività di co-marketing effettuate insieme ai fornitori. Attualmente, non esiste un processo di lead scoring. La gestione delle informazioni e la profilazione delle opportunità sono demandate ai commerciali che aggiornano i dati nel CRM e verificano se si abbiano già rapporti con i prospect a livello di altri paesi. A seconda di chi sia l'interlocutore aziendale, dalla parte del cliente si avrà più focus sul controllo delle policy (personale) o sui prezzi (acquisiti), qualo-

ra il travel manager non sia un ruolo presente in azienda, con la direzione in genere sempre coinvolta nella decisione finale.

E-COMMERCE

Il Gruppo HRG è consapevole del fatto che il turismo sia il settore più soggetto a e-commerce a livello internazionale per cui i singoli manager locali dei clienti si trovano talvolta a prenotare i propri viaggi attraverso siti di comparatori con conseguente perdita del dato a livello centrale e, a lungo andare, perdita dei benefici per sconti per volumi attesi su contratti negoziati con fornitori selezionati. Un sistema di Self Booking permette al cliente di essere autonomo in tal senso, e i dipendenti dei clienti possono prenotare in autonomia viaggi anche al di fuori del normale orario lavorativo. In genere, si predilige la consulenza e il lavoro di un operatore telefonico nel caso di viaggi più complessi.

USER EXPERIENCE

Si cerca di servire il cliente sia attraverso servizi online sia telefonicamente (in Italia ancora il modo prediletto), con un focus sul livello di servizio 24/7 per coprire esigenze da ogni parte del mondo e in ogni orario. Il rispetto delle policy aziendali e la gestione della sicurezza del personale oltre che degli imprevisti sono tra le variabili chiave considerate dal travel manager. **DM**

Investire in conoscenza

ADICO è l'Associazione Italiana per la Direzione commerciale, vendite e marketing. Dal 1964, riunisce i direttori di queste funzioni, imprenditori, area manager, consulenti per condividere i valori della professione, la crescita professionale, per valorizzare esperienze manageriali e creare relazioni commerciali per la crescita delle aziende. Le attività culturali ADICO prevedono un programma di tavole rotonde, seminari, workshop e incontri conviviali sulla attualità manageriale.

Accademia ADICO offre corsi di formazione specialistica per i manager e i loro collaboratori, con docenti di alto profilo. Per informazioni: www.adico.it tel. 02.6704080.