



*Una nuova professionalità la cui richiesta cresce in parallelo alla internazionalizzazione delle imprese, dei mercati e dei processi di outsourcing/delocalizzazione. In questo scenario competitivo diviene fondamentale **comunicare ai decision makers aziendali le criticità e punti di forza dei processi di acquisto e gestione del travel, sapendo cogliere tutte le potenzialità informative delle basi dati e della loro sintesi efficace.***

Obiettivo del Corso è sviluppare un profilo professionale in grado sia di **organizzare e analizzare** dati sul processo di consumo e di gestione delle trasferte aziendali, sia di **comunicare** in modo sintetico ed efficace i risultati ai decision maker.

Il Corso risponde all'esigenza di **governare e pianificare** in maniera ottimale l'intero processo travel, dal rapporto con i clienti interni (procedure e travel policy) a quello con i fornitori di servizi, riducendo il gap informativo che ostacola le best practices.

L'analisi statistica sarà messa al servizio delle grandi basi di dati travel, offrendo un **supporto scientifico** per stimare modelli di consumo, governare processi d'acquisto e quindi **ottimizzare la spesa** per il travel.

I fornitori di servizi per il travel forniranno - con le loro testimonianze dirette in aula - suggerimenti e **nuove prospettive di mercato**, per analizzare gli scenari verso cui il mercato sta evolvendo ed adattarsi ad essi in maniera rapida ed efficace.

I partecipanti saranno in grado di utilizzare il **ragionamento statistico** per governare in modo efficiente le esigenze di mobilità delle imprese ed **ottimizzare - in chiave prospettica** - l'impatto atteso delle decisioni.

Per informazioni: Mara Giannotti
Mail: campusrimini.formazionebt@unibo.it

In collaborazione con





Programma

Lezioni tenute da docenti universitari con esperienza
pluriennale e da esperti del settore

30 - 31 Gennaio

La progettazione dei processi di data collection per il business travel. Dalla mera rendicontazione all'analisi: la logica statistica nella descrizione/comprendimento dei punti di forza e debolezza del processo di gestione del business travel aziendale. I principali KPI: limiti e punti di forza dei valori medi. Il contesto di mercato, industry trend e focus per i travel manager.

13 – 14 Febbraio

Misurare la variabilità per governare l'incertezza: un nuovo approccio alla definizione di KPI del processo di acquisto e rendicontazione dei viaggi aziendali. Tecniche di valutazione delle performance storiche e dei competitor (benchmarking). I valori medi condizionati (la regressione lineare) per semplificare modelli di consumo e di acquisto complessi. Business Travel Security: rischi, responsabilità e costi di gestione, connessi alle trasferte del personale aziendale.

3 – 4 Marzo

L'impatto delle trasferte sulla vita aziendale: conciliare il primato del costo con la qualità del servizio. Il campionamento statistico e le tecniche di indagine sulla soddisfazione dei viaggiatori e delle performance dei fornitori. Il trasporto aereo nuove sfide e opportunità per i travel manager.

26 – 27 Marzo

La misura dell'efficienza dei processi del travel aziendale: l'ottimizzazione dei costi diretti e indiretti. Le opportunità create dai nuovi sistemi di pagamento per il controllo e la semplificazione della spesa. Comunicare la travel business intelligence: tecniche per la comunicazione sintetica ed efficace dei risultati ai decision makers.

Il Corso mette a disposizione dei partecipanti l'esperienza dell'osservatorio sui viaggi d'affari

www.rimini.unibo.it/osserv/BusinessTravel/BT

È possibile intervenire con una **propria base dati** sulla quale svolgere esercitazioni individuali.

È prevista la possibilità di seguire alcune lezioni a distanza (web conference)

SEDE DEI CORSI:

Scuola Economia Management e Statistica
Università di Bologna

Pre-iscrizioni attive

fino al 4 Dicembre 2019

sul sito

www.almawelcome.unibo.it

In collaborazione con

