

Target Buy. L'evoluzione del business travel



Target  **Buy**™

Target Buy:

changing your travel management perspective

In un settore caratterizzato dalla polverizzazione degli atti di acquisto e dalla variabilità dei prezzi, è fondamentale per i travel manager comprendere le dinamiche sottostanti le spese di viaggio, non solo in termini di tariffe acquistate, ma soprattutto di processi organizzativi che le hanno generate.

Quanto della spesa travel è legato alla flessibilità organizzativa? Quanto valore aggiunto questa flessibilità porta all'azienda? Come sta davvero lavorando la Travel Management Company?

Nel caos tariffario di un mercato in continua evoluzione, solo un approccio scientifico e strutturato all'analisi della spesa può aiutare a determinare correttamente la rotta da seguire. Target Buy unisce la chiarezza dell'analisi scientifica dei costi alla possibilità di definire con modelli predittivi statistici i prezzi di riferimento per il futuro, sulla base del comportamento d'acquisto del cliente.

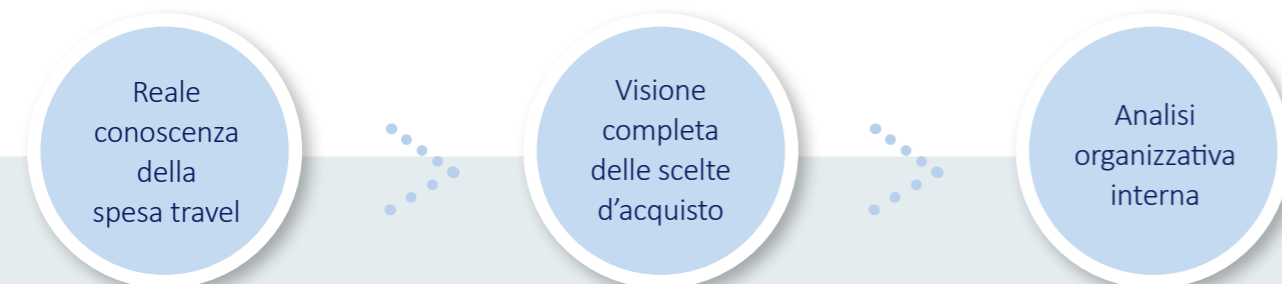
Modulo analisi dati

L'analisi dati classica è oggi troppo generalista per poter fornire concretamente delle indicazioni sulla spesa effettuata, sia perché non tiene adeguatamente in considerazione gli aspetti legati al comportamento d'acquisto, sia perché non è sufficientemente scientifica nell'elaborazione dei risultati.

La nostra novità

La metodologia di analisi del dato target buy, migliora sensibilmente la capacità di lettura dei risultati e offre punti di osservazione nuovi delle variabili che possono determinare e - quindi - incidere sulle caratteristiche della spesa travel.

Il nostro **approccio** è **scientifico** e l'output dell'analisi consente di avere tutti gli indicatori necessari alla corretta comprensione dell'andamento della spesa, con **parametri statistici** a supporto e con chiarezza sui costi legati alla flessibilità organizzativa aziendale.



Analisi scientifica dei comportamenti d'acquisto



Verso un nuovo modello di business

Una volta comprese le spese di viaggio della propria azienda, il travel manager deve guardare verso il futuro e capire come mantenerle sotto controllo, combinando le prospettive ed i progetti di sviluppo interni con le proprie idee sui possibili trend di sviluppo del settore travel.

In questa analisi prospettica, Target Buy può rappresentare una valida alternativa ai tradizionali modelli, in quanto è l'unica possibilità di avere una tariffa unica di riferimento, e di poter quindi definire con puntualità un proprio budget.

Modulo tariffa Target Buy

La tariffa Target Buy viene definita attraverso l'**analisi scientifica** dei dati del cliente - con particolare riferimento al suo comportamento d'acquisto - associata ad un sistema strutturato **di serie storiche e di previsione, basato su solidi modelli matematici e statistici.**

La tariffa Target Buy non cambia il processo di acquisto del cliente, lo velocizza, liberandolo dalle dinamiche di pricing del mercato e consentendo di definire dei budget precisi anche per le spese di viaggio.

I vantaggi chiave

Semplificazione del sistema d'acquisto, garanzia di uno standard qualitativo con la possibilità di pianificare i costi del travel aziendale.

Tariffa Target Buy

Semplificazione di tutti i processi

Controllo della spesa travel

Facilità di rendicontazione

Neutralizzazione andamenti del mercato

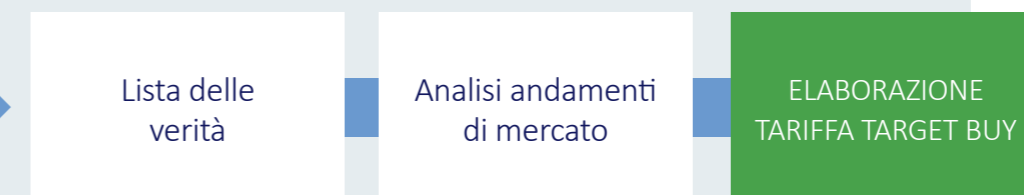
Trasformazione dal variabile al fisso

Facilità di gestione della travel policy

Certezza della tariffa d'acquisto

Target Buy è sempre applicabile nel modulo di analisi, mentre deve essere coerente con l'organizzazione aziendale per il modulo tariffa.

Modulo costruzione Target Buy





BCD Travel

Viale Sarca, 336

20126 Milano | Italia

T +39 02.64168990

E globalsales@bcdtravel.it

www.targetbuy.it | www.bcdtravel.it