

Il prodotto

Az: l'arma pricing per conquistare pmi

La compagnia propone i nuovi carnet per il corporate

▶ Alitalia alza gli obiettivi sul business travel, varando nuove offerte dedicate al target. Il vettore ha, infatti, lanciato una serie di prodotti per le aziende, riservando un'attenzione particolare alle pmi. "Queste proposte rispondono alle esigenze di un segmento sempre più sfaccettato - spiega Alexander D'Orsogna, responsabile Nord-Ovest direzione vendite Italia - Abbiamo lanciato il 'Carnet Italia' e il 'Carnet Roma-Milano', che offrono 5 biglietti con uno sconto dal 34 al 42 per cento il primo e del 37 per cento il secondo". Nel caso in cui un'azienda non voglia anticipare il costo dell'intero carnet, Alitalia propone la formula 'Small Business Kit', un prodotto che prevede,

previo pagamento di una fee di 250 euro, lo sconto del 10 per cento sulle rotte internazionali e del 15 per cento su quelle domestiche al momento dell'acquisto di ogni biglietto.

Continua inoltre la promozione Alicorporate, che prevede il versamento di un bonifico di

500 euro sul conto corrente del cliente ogni 10mila euro di volato, sino a un tetto di 100mila euro. "Accanto a questi prodotti - conclude D'Orsogna -, esistono altri servizi per il cliente business che puntano a rendere l'esperienza di volo più immediata".

INVESTIMENTI Hilton sceglie la Russia



Hilton amplia la rosa di hotel bt in Russia: 3 le nuove strutture che il gruppo aprirà, inclusa la seconda a Mosca. Al nuovo Hilton da 270 camere che sarà inaugurato nel 2012, si aggiungeranno 2 Hilton Garden Inn, a Yaroslavl e Kazan: il primo da 179 camere, operativo dal 2012; il secondo, con 171 stanze e 4 sale meeting, sarà inaugurato nel 2014.

IL GRUPPO LANCIA IL SISTEMA S.C.I.

Grandi aziende nel futuro B'nT

Un fatturato di 85 milioni di euro e 600 aziende clienti. È un bilancio che infonde fiducia e apre nuove prospettive quello che B'nT Italia si metterà in tasca a fine 2010, portando a termine positivamente il suo primo anno di attività. "Siamo decisamente soddisfatti del risultato ottenuto - commenta l'amministratore delegato Marco Nova -. Al primo posto fra le priorità di B'nT c'è la vicinanza al territorio, elemento per intercettare la domanda e offrire risposte adeguate: grazie alle nostre 11 sedi, in questi mesi abbiamo lavorato molto con le pmi, ma già dal prossimo anno avremo clienti di grandi dimensioni". Novità, quest'ultima, che evidenzia una tattica di ampliamento e diversificazione della clientela: specializzata in pmi e medie azien-

de, B'nT vuole ritagliarsi uno spazio di mercato più importante nel settore del turismo d'affari.

L'orientamento trade ha portato il gruppo a TTG Incontri, dove B'nT ha condiviso lo spazio espositivo con One Travel Network per accostare il bt al leisure e presentare le novità tecnologiche. La società ha, infatti, lanciato S.C.I., prodotto di comunicazione strutturata che sfrutta le potenzialità delle connessioni web, progettato ad hoc per l'organizzazione dei viaggi d'affari. "Abbiamo realizzato un'interfaccia di facile utilizzo per velocizzare le richieste del cliente - puntualizza Nova -. Il sistema di gestione delle richieste ha un meccanismo di controllo dei livelli di servizio che dà priorità automatica alle pratiche, in funzione delle reali esigenze del cliente". S. P.

Capisci subito quando hai a che fare con un esperto

Negli affari, proprio come in natura, sono sempre gli esperti a conseguire i risultati migliori. La nostra riconosciuta capacità di gestione dei viaggi d'affari non è che il punto di partenza. Mettiamo a disposizione un eccellente servizio di consulenza, gestione delle spese, organizzazione di meeting, incentive, eventi sportivi e viaggi leisure. Con occhi sempre attenti a cogliere al volo nuove opportunità, per garantire ai nostri clienti il massimo valore.

Per informazioni: tel. 02 61547337 - email sales.it@hrgworldwide.com

HRG Italia, A Hogg Robinson Group company.

www.hrgworldwide.com

HRGTM
Corporate Travel Services