Pressmeddelande 3 oktober, 2002

Affärsresenärer spår ökat resande på kort sikt – kommer prioritera billigare alternativ

Enligt en undersökning från Accenture kommer affärsresenärerna att öka sitt resande det kommande halvåret. När resandet ökar är det de billigare flygbolagen och mellanklasshotellen som kommer att vinna kunderna.

Affärsresandet kommer att öka de närmaste sex månaderna enligt en undersökning från Accenture, som tillfrågat affärsresenärer i USA och Storbritannien.

En tredjedel (34 procent) av samtliga tillfrågade tror att de kommer att resa mer i arbetet från nu och fram till första kvartalet 2003 än de har gjort de senaste sex månaderna. Detta kan jämföras med att 43 procent tror att deras affärsresande förblir på samma nivå och 23 procent som tror att det kommer att minska. Flyg fortsätter att vara det mest önskvärda sättet att resa med för 74 procent av amerikanerna och 42 procent av britterna.

Fler än tre fjärdedelar (79 procent) av de amerikanska affärsresenärerna och 59 procent av de brittiska sa att deras företag inte hade några restriktioner på resor såsom business eller first class-biljetter. Åttiotre procent av de amerikanska och 63 procent av de brittiska sa att deras företag inte hade några restriktioner på lyxhotell.

– Vi ser tendenser att affärsresandet är på väg att återgå till nivåerna före 11 september förra året. Men resebranschen genomgår en förändring och måste förstå att affärsresenärerna ställer nya krav på branschen i takt med att antalet flyg- och hotellalternativ ökar, säger Stefan Brundin, associate partner Accenture.

När resandet ökar utvärderar resenärerna alternativen noggrannare och antalet resor med de billigare flygbolagen har ökat. Tretton procent av amerikanerna och 24 procent av britterna sa att de rest med billigare flygbolag det senaste halvåret medan 17 respektive 30 procent sa att de kommer att prioritera billigare bolag de kommande sex månaderna. Fler än hälften (57 procent) av amerikanerna och 4 procent av britterna sa att de i första hand kommer att bo på mellanklasshotell och 16 respektive 32 procent på lyxhotell.

Fler än hälften (52 procent) sa att deras företag hade ökat användningen av telefon- och videokonferenser för att minska resekostnaderna. Fler än hälften (54 procent) bokar sina resor online eller genom att ringa ett flygbolag eller hotell direkt och fler än en fjärdedel (27 procent) använder en intern resebyrå / avdelning på sitt företag. Endast 19 procent använder externa resebyråer.

Undersökningen visade också vikten av att flygbolag och hotell interagerar effektivt med sina kunder – i USA. Majoriteten (68 procent) av amerikanerna sa att lojalitetsprogram styr deras resebeslut medan majoriteten (68 procent) av britterna sa att lojalitetsprogram *inte* styr deras resebeslut.

– I en värld med ökad konkurrens och minskade vinster måste flygbolag och hotell se över sina affärsmodeller och omdefiniera sin service och hur de genererar tillväxt. Framtidens vinnare i resebranschen är de som kan stärka kundlojaliteten för att öka intäkterna, säger Stefan Brundin.

Metod

Undersökningen som genomfördes i augusti och september 2002 tillfrågade affärsresenärer på företag i USA (fler än 950) och Storbritannien (fler än 300). Undersökningen var en flervalsundersökning som endast genomfördes online och har en felmarginal på +/- 3% för USA och +/- 5% för Storbritannien.

För mer information, kontakta:

Hans Kullin, PR-ansvarig Accenture, tel 08-451 37 03, hans.kullin@accenture.com
Stefan Brundin, associate partner Accenture, tel 08-451 32 67, stefan.brundin@accenture.com

Om Accenture

Accenture är världens ledande tjänsteföretag inom management och IT. Accenture levererar lösningar som hjälper företag inom olika branscher att snabbt realisera sina affärsmål. Genom sitt nätverk av allianser, dotterbolag och andra erbjudanden stärker Accenture sin kompetens inom konsulttjänster och outsourcing. Med fler än 75 000 medarbetare i 47 länder genererade Accenture en omsättning på 11,44 miljarder dollar år 2001. Besök gärna vår hemsida på www.accenture.com/sweden.