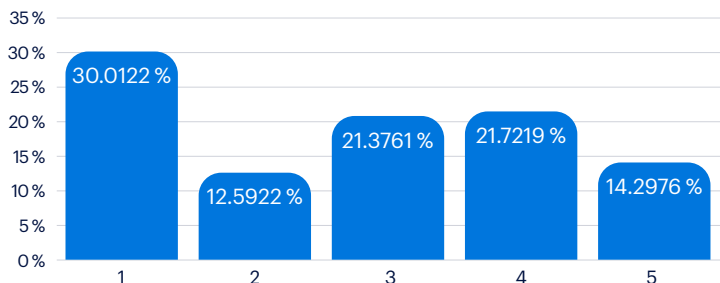


talent attraction

i viaggi d'affari internazionali come benefit.

La valutazione dei benefit aziendali da parte della forza lavoro sta cambiando notevolmente. La nostra ultima ricerca approfondisce la domanda fondamentale: "Considero i viaggi d'affari internazionali come un benefit attrattivo." I risultati rivelano un forte divario d'opinioni sul mercato svizzero, con netti contrasti se analizzati per genere, età e livello di istruzione.



panoramica del mercato nazionale

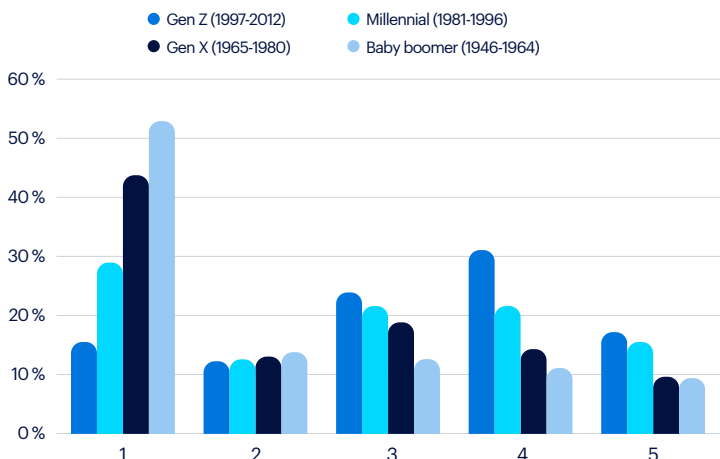
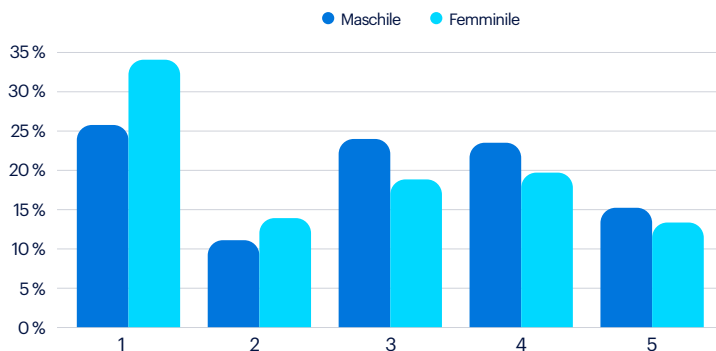
La forza lavoro svizzera è fortemente divisa sul fascino dei viaggi d'affari internazionali. Mentre poco più di un terzo dei partecipanti (36.02%) li considera un benefit attrattivo (punteggi 4 e 5), una quota massiccia del 30.01% rifiuta completamente questo incentivo.

differenze di genere

Esiste un chiaro divario di genere riguardo alla mobilità aziendale: i professionisti uomini considerano i viaggi internazionali in modo significativamente più favorevole rispetto alle colleghe donne:

Maggiore attrattiva per gli uomini: il 39.0% degli uomini valuta i viaggi internazionali come attrattivi, a fronte del 33.1% delle donne.

Forte rifiuto tra le donne: le donne mostrano una tendenza molto più elevata a rifiutare completamente i viaggi d'affari: il 34.3% non è per nulla d'accordo, rispetto al 25.7% degli uomini.



panoramica generazionale e livello di istruzione

La segmentazione demografica evidenzia tendenze del tutto inattese, in particolare se si considerano le fasce d'età e il livello di istruzione:

Rifiuto da parte delle generazioni più mature:

L'avversione per i viaggi d'affari cresce drasticamente con l'età. Oltre il 52.9% dei Baby Boomer dichiara che non si tratta affatto di un benefit, mentre la Gen Z si dimostra la più entusiasta con il 48.2% di pareri positivi.

Il contrasto con il livello di istruzione:

Contro intuitivamente, i lavoratori meno qualificati considerano i viaggi d'affari internazionali un incentivo più forte rispetto a chi possiede un'istruzione medio-alta. Il 41.6% dei partecipanti con un livello di istruzione basso valuta positivamente i viaggi, un dato sensibilmente superiore al 30.8% registrato tra i profili con istruzione media.

implicazioni strategiche per i clienti

I viaggi d'affari internazionali non costituiscono più un benefit universalmente attrattivo. Richieste di trasferta elevate fungono da filtro immediato, allontanando in modo sproporzionato i talenti femminili e i professionisti più esperti. Per il successo del reclutamento su questi segmenti, l'EVP deve bilanciare le richieste di viaggio con soliti benefit a favore della famiglia o opzioni di lavoro a distanza flessibili. Al contrario, enfatizzare la mobilità transfrontaliera rimane un fattore di differenziazione altamente efficace quando ci si rivolge alla Gen Z o a profili con livelli di istruzione meno elevati.

