

Le novità del software Aves della Datagest. Già usato da 800 clienti, tra cui 200 grandi tour operator, il sistema oggi si presenta con nuovi servizi e veste grafica

Datagest, potenziato il software

Datagest ha potenziato il software per agenzie di viaggi e tour operator. **Federica Tombari**, responsabile marketing e coordinatrice Help Desk di Datagest, illustra al Giornale del Turismo le novità di Aves, il software prodotto dalla società ed usato da 800 clienti, di cui 200 grandi tour operator.

Avete potenziato il prodotto? In che modo?

Il Web Booking di Aves, già perfettamente integrato con il sistema, è stato potenziato e migliorato a più livelli. Ha una nuova veste grafica e contiene statistiche via web che danno la possibilità di controllare l'an-

damento della propria attività in qualunque parte del mondo ci si trovi. In particolare, questo avviene tramite molteplici report dove i dati vengono visualizzati anche graficamente. Inoltre, è presente il servizio di rooming list via web, che consente al fornitore di scaricare la propria rooming direttamente dal sito del tour operator.

Quali altri servizi offrite ad operatori ed agenzie di viaggi?

Garantiamo una maggiore interazione con clienti e fornitori direttamente tramite internet (Open Xml); invio on line di documenti come voucher, foglio notizie,



Federica Tombari

schede di prenotazione. Il sistema prevede inoltre la gestione integrata

on line degli ingressi a musei, a mostre e ai parchi tematici. Infine,

funzioni avanzate di Back Office e Web Marketing.

Qualche modulo da sottolineare, in particolare?

Sì, il modulo contabilità, da noi potenziato con strumenti quali gestione di centri di costo, cespiti ed ammortamenti e contabilità gestionale. La gestione dei network, inoltre, è stata resa ancora più curata grazie a report statistici mirati alla loro diversa tipologia.

In che modo seguite i vostri clienti?

Datagest investe nei servizi offerti al cliente con l'adozione di uno strumento innovativo: grazie al sistema Help Desk, infatti, l'assistenza al cliente diviene ancora più veloce ed immediata.

Air France e KLM lanciano il social network per gli amanti del viaggio. In tre lingue, dà la possibilità di scambiarsi informazioni ed esperienze

Bluenity.com, community di viaggiatori

Con chi viaggerò sul prossimo volo? Chi mi può indicare i migliori indirizzi in giro per il mondo quando viaggio per affari o per piacere?

Air France e KLM lanciano bluenity.com, il primo social network online per gli amanti del viaggio. L'iscrizione al sito è gratuita e aperta a tutti; si può condividere indirizzi e suggerimenti preziosi su hotel, ristoranti e quant'altro in giro per il mondo. Il sito permette, a chi si iscrive, di scoprire l'identità e il profilo degli appartenenti al social network presenti sul proprio volo. Infatti, una volta emesso il biglietto, il passeggero d'Air France e di KLM può, se lo desidera, rendere visibile la sua presenza sul volo e conoscere il profilo dei suoi compagni di viaggio. "Il sistema di prenotazione d'Air France e di KLM è ora in relazione con le tecnologie e le funzionalità della web community. Rispondiamo infatti ai desideri dei clienti che vogliono avere sempre più un ruolo attivo all'interno del loro viaggio, che si tratti di spostamenti per lavoro o per piacere. Gra-

zie a Bluenity, i viaggiatori e i 75 milioni di passeggeri annui delle nostre due compagnie potranno essere messi in relazione prima, durante e dopo il viaggio", dichiara **Patrick Roux**, Direttore Marketing di Air France KLM. Disponibile in 3 diverse lingue (francese, inglese e olandese), il sito gratuito Bluenity è strutturato in 5 rubriche principali: Viaggi, Profilo, Messaggi, Comunità e Consigli. Permette ai clienti di acquisire informazioni approfittando dei consigli, conoscenze ed esperienze degli altri viaggiatori, ma anche di esperti collaboratori d'Air France e di KLM (a titolo privato), incontrare e scambiarsi informazioni sul proprio viaggio con altri iscritti, rimanere in contatto con gli iscritti alle diverse community.

Al momento dell'iscrizione, il viaggiatore compila il suo profilo e definisce la sua 'trip attitude' completando i profili "Vacanze" e "Business". Infine, su "My Bluenity", il cliente può decidere quali sono le proprie informazioni da condividere con il network "Amici", "Business" o "Famiglia".



Il sito Bluenity è stato creato con la collaborazione della società Tripnity. I dati e gli scambi pubblici del sito sono moderati da una società specializzata. Su <http://corporate.airfrance.com> è possibile vederne una dimostrazione.

Da una partnership con Montecarlo SBM, FastBooking presenta il nuovo sistema di prenotazione di servizi multipli, che partirà il prossimo mese

Da dicembre parte il Multi-Service Booking

FASTBOOKING, FORNITORE GLOBALE di sistemi di prenotazione e di servizi di e-marketing per l'industria alberghiera, presenta una nuova soluzione di prenotazione Multi-Services Booking (Prenotazione di servizi multipli).

La soluzione Multi-Services Booking offre la possibilità di combinare, in una stessa transazione, la prenotazione online e in tempo reale di tutti o parte dei servizi proposti da un albergo: alloggio, ristorante, spa, spettacolo, sale riunioni. Consente in tal modo agli albergatori di rispondere a una richiesta crescente di una clientela ansiosa di organizzare in anticipo e in maniera personalizzata, tutto il soggiorno. Offre anche considerevoli prospettive di reddito aggiuntivo, attraverso la valorizzazione e la vendita di prestazioni a for-



te valore aggiunto. L'insieme delle prestazioni dell'albergo viene proposto al cliente partendo da un unico punto di prenotazione; il cliente può allora comporre la sua offerta "à la carte", selezionando i servizi che lo interessano. Il procedimento di prenotazione è poi completamente identico a quello di una prestazione individuale effettuata con il motore di prenotazione FastBooking Engine: accesso in tempo reale alle tariffe e alle disponibilità, foto e schede de-

scritte dettagliate delle offerte, prenotazione in 27 lingue e conferma immediata via email. Una volta finalizzata la prenotazione, il cliente accede al riepilogo del suo ordine e può modificarne il contenuto in qualunque momento.

Nato dalla partnership con il gruppo Monte-Carlo SBM, cliente storico di FastBooking, il Multi-Services Booking dovrebbe essere installato il 10 dicembre sul sito www.montecarloresort.com. Questa soluzione offrirà ai

clienti del resort un'esperienza di acquisto unica e personalizzata. Una volta prenotato l'albergo, il cliente si vedrà proporre altre prestazioni complementari da aggiungere al suo paniere per fare del suo soggiorno un viaggio su misura.

"La soluzione Multi-Services Booking corrisponde alla filosofia del Resort Monte-Carlo SBM di offrire ai suoi clienti di prestigio un'esperienza unica, fin dal momento della prenotazione, per la loro più grande soddisfazione. Questa solu-

zione permetterà inoltre di promuovere in modo più efficace tutte le nostre prestazioni al momento della prenotazione e dovrebbe avere un impatto molto positivo sulle nostre vendite" spiega **Pierre-Charles Grob**, Marketing Manager Hôtels & Spa. "Fin dalla sua origine FastBooking si impegna a fornire agli albergatori soluzioni all'avanguardia che gli consentano di aumentare le vendite dirette sul loro sito internet. Molto più di un semplice sistema che rende possibile la prenotazione online, il Multi-Services Booking crea un ambiente di shopping interattivo e intuitivo, spronando i visitatori a prenotare prestazioni aggiuntive e contribuendo ad aumentare il reddito degli alberghi" dichiara **Richard Kefs**, CEO di FastBooking.