

# Il trade di Venere.com

Il portale punta a fidelizzare le agenzie di viaggi con prodotti dedicati

**Rafforzare il rapporto con le agenzie di viaggi. Ecco l'obiettivo prioritario della prossima stagione di Venere.com.**

“La nostra intenzione ora è stabilire una relazione più serrata con le agenzie che lavorano con noi - afferma Lido Loveri, head of partnership and corporate development di Venere.com -. Il nostro programma di partnership col trade, prevedeva sino al 2009, l'ampliamento del portfolio; oggi, invece, ci interessa fidelizzare. Aumenteremo l'affidabilità, agendo su diversi fronti, uno su tutti, l'affinamento del sistema di ricerca, che metterà in primo piano le strutture che pagano le commissioni più alte”.

Sono oltre 6.700 i dettaglianti che collaborano col portale, 4mila dei quali, sul territorio italiano. “Lanciamo a breve un progetto, attualmente ancora in fase di studio, ma che potrebbe essere operativo già dal 2011 - spiega Loveri -, si tratta di un'interfaccia più

## IL PESO DEI DETTAGLIANTI



Il canale agenziale conferma la sua importanza per Venere.com, arrivando a registrare un picco di share pari al 60 per cento nel corso del 2010

TOT. AGENZIE	6.700
TOT. AGENZIE ITALIA	4mila
PICCO SHARE ADV	60%

efficace, che conterrà inoltre novità assolute destinate alle agenzie. Abbiamo in programma il miglioramento dell'esperienza dell'utente: informazioni più giuste e al momento giusto, per fare in modo che il cliente si senta sempre più sicuro”. Nessun timore circa il travagliato rapporto dettaglianti - web che, a detta di Loveri pare essere acqua passata. “I passaggi da online a offline sono costanti - afferma il manager -, ma non è detto che vadano nella sola direzione della rete. Sono invece molti gli u-

tenti che acquisiscono informazioni su internet e, poi, vanno a concludere l'acquisto nell'agenzia di viaggi di fiducia. Il trade quest'anno è stato un canale di successo, con picchi positivi dove le transazioni hanno pesato per il 60 per cento. Sappiamo tutti delle difficoltà della distribuzione, noi cerchiamo di dare delle risposte concrete”.

E oltre al miglioramento dei rapporti tra i canali di distribuzione, i dieci mesi appena trascorsi del 2010, hanno comportato anche un'iniezione di fiducia nella

ripresa del mercato. “Quest'anno abbiamo assistito ad un'inversione di tendenza - evidenzia Loveri -: dopo i cali drammatici a cui è andato incontro il comparto dei viaggi organizzati negli anni passati, il valore medio della pratica è ora tornato a crescere. Sono ancora lontani i valori del 2007 ma si può parlare di ripresa”. In termini di destinazioni, l'estate è stata dominata dalle grandi capitali, sia europee, come Berlino, Londra, Roma e Parigi ma anche d'oltreoceano, con New York, Miami e Rio de Janeiro. Positivi anche i riscontri dall'Est Europa, oltre che Istanbul e dal Medio Oriente, con un buon rendimento del traffico su Dubai. Infine, le operazioni specifiche lanciate sulla Grecia e sulla Capitale, Atene, hanno messo in ombra i timori legati ai disordini interni al paese della scorsa primavera, facendo della Grecia una destinazione performante dell'alta stagione.

**Stefano Gianuario**

# Aves Datagest sbarca sull'iPad

Aves diventa accessibile su iPad. È la novità di Datagest, che offre la possibilità di utilizzare il gestionale in remoto da qualsiasi tablet pc. Inoltre, è al lavoro per l'integrazione web tramite modulo Open Xml. “Il nostro obiettivo - spiega il direttore marketing Federica Tombari - è permettere ai clienti di disporre liberamente dei propri dati da altri system integrator, conservando in un unico database centralizzato le informazioni strategiche dell'azienda”.

“

**Siamo in ripresa: le richieste che ci arrivano sono sinonimo di un certo fermento nel mercato**

**FEDERICA TOMBARI**  
DIRETTORE MARKETING  
DATAGEST

house si sta impegnando a recuperare il terreno perso nel primo semestre. “Dopo un 2009 da record, quest'anno non stiamo confermando le vendite e il fatturato di dodici mesi fa - illustra Tombari -. Difficilmente bisseremo i risultati dell'anno scorso, anche perché il nostro focus ora è puntato sullo sviluppo, con l'assunzione di nuovi programmatori. Siamo comunque in netta ripresa, le richieste che ci arrivano sono sinonimo di un certo fermento nel mercato”. Tra le novità per il rilancio della software house c'è anche la nomina di Roberta Frigerio come responsabile commerciale per il Nord Italia. “Possiede tutte le caratteristiche e le conoscenze per questo ruolo, anche alla luce dell'esperienza maturata nei maggiori t.o.”

**D. M.**

LA SINFONIA DEL NEGEV, L'ARMONIA DELLA TERRA SANTA.

**LA TUA VACANZA,  
ANIMA E CORPO.**

**israele**  
UN PAESE, UN ALTRO MONDO.



A partire da  
**630€**  
www.goisrael.it