

«La crisi per noi non esiste»

Datagest ha registrato una buona crescita aziendale durante il 2009

«La crisi? In realtà per noi non esiste» sottolinea con soddisfazione Federica Tombari, responsabile marketing di Datagest. «Quest'anno abbiamo avuto una crescita aziendale con assunzione di personale, anche nell'ultimo mese. Dopo un 2008 piuttosto statico, nel 2009 il fatturato è aumentato del 25 % e abbiamo acquisito finora 65 nuovi clienti. Questo trend positivo rende possibile anche proseguire efficacemente nei progetti in atto e metterne in cantiere di nuovi».

Da questi dati si evince, chiaramente, che durante i periodi di crisi, il mercato si rivolge con insistenza alla tecnologia, per cercare di ottimizzare i costi, ma anche per riorganizzare e semplificare il sistema di lavoro aziendale.

Sempre più stretta è la partnership tra la software house ed eMinds, volta a potenziare il settore del dynamic packaging che è sempre più al centro delle attenzioni di tour operator e agenzie di viaggi.

Il gestionale Aves rimane, comunque, il punto fermo di Datagest, reso ancora più potente oggi dall'implementazione di una business intelligence fortemente personalizzata che consente all'utilizzatore

“Alcuni collaboratori sono stati assunti di recente per sviluppare le web solution”

visualizzazioni, statistiche, estrapolazioni di dati molto mirate e specifiche.

«I manager aziendali oggi hanno sempre meno tempo e quindi abbiamo pensato a uno strumento di semplice utilizzo e che offra dati immediatamente interpretabili, ritagliati esattamente sulle proprie esigenze».

Tra i progetti su cui Datagest sta ora spingendo in modo decisivo ci sono quelli legati al web.

«Alcuni collaboratori sono stati recentemente assunti proprio per lavorare su questo versante, cioè sullo sviluppo delle web solutions. Non intendo dire solo dei siti di web booking o e-commerce, di cui già da tempo ci occupiamo - precisa ancora Federica

Tombari - ma anche della cura degli aspetti grafici, che sono molto importanti, perché sempre di più contano anche l'apparenza e la veste con cui ci si presenta sulla Rete.

«L'immagine, in pratica, diventa sostanza. Un sito deve essere accattivante, per generare traffico, e da questo nasce la nostra crescente attenzione per l'estetica.

«Al TTG Incontri presentiamo anche questo aspetto più recente del nostro lavoro, oltre che le implementazioni e le nuove release dei moduli di Aves.»



Federica Tombari

Roberto Smanio