

Aves: sempre più tecnologici, al servizio delle agenzie



Michele Rombaldoni, a.d. Datagest

Rimini sempre più fucina di novità, e anche Datagest non ha voluto essere da meno, presentando il nuovo modulo Dpinside, parte integrante del gestionale Aves. Datagest fornisce un'unica piattaforma di lavoro a tour operator, network e agenzie, con una forte specializzazione sul web, e grazie al partner eMinds dispone di un reale sistema di dynamic packaging perfettamente integrato. Da tutti questi elementi nasce questo strumento che semplifica e velocizza le prenotazioni. Di fatto viene offerto ai tour operator che utilizzano il gestionale un canale preferenziale verso i 5 mila utilizzatori di Aves, e dall'altro

lato alle agenzie di viaggi la possibilità di concludere in pochi secondi il processo completo di prenotazione "Aves to Aves" (accesso, ricerca, prenotazione, caricamento pratica) senza errori e senza fatica. Inoltre grazie alla flessibilità nativa della pratica di Aves è possibile utilizzare i diversi prodotti per creare un pacchetto di propria organizzazione unendo fornitori diversi. Ma il Dpinside è molto più di questo. Grazie a eMinds con la stessa modalità e semplicità viene fornito l'accesso ai gds e ai più diffusi database di hotel. Infatti il nuovo sistema di Dynamic Packaging, è oggi accessibile direttamente da questo

modulo per utilizzo interno al gestionale offrendo notevoli vantaggi. Ecco le principali caratteristiche: facilità di utilizzo da parte degli operatori in quanto racchiude in un'unica semplice interfaccia web i prodotti derivanti da sistemi complessi quali i Gds, rendendolo immediatamente fruibile dagli utenti senza necessità di formazione ad hoc. Maggiore rapidità della di prenotazione: rende consultabili e, quindi, comparabili, immediatamente servizi derivanti da più fornitori con un'unica operazione di ricerca. Perfetta integrazione con il

gestionale che annulla i tempi di creazione della pratica in quanto essa viene automaticamente creata nello stesso momento della finalizzazione della prenotazione. «Con questo modulo consolidiamo ulteriormente l'esperienza già maturata nello sviluppo degli strumenti per le agenzie di viaggio, perfezionando i processi delle realtà dei tour operator. Grazie alla perfetta integrazione con il gestionale Aves siamo in grado di migliorare l'intera operatività del reparto booking», ha dichiarato Roberto Di Leo a.d. di eMinds.



Inaugurazione a Malpensa di Lufthansa Technik Milan, per la manutenzione e riparazione degli aeromobili. Alla cerimonia hanno presenziato da sinistra: Holger Dietsch, head of line maintenance Lufthansa Technik; Heike Birlenbach, head of Lufthansa Italia; Raffaele Cattaneo, assessore ai trasporti e infrastrutture; August Wilhelm Henningsen, Ceo Lufthansa Technik, Giuseppe Bonomi, presidente e ad Sea; Joachim Drenckhan, Ceo Lufthansa Technik Milano.

Si scrive Europäische, si legge ERV

La compagnia assicurativa, tornata nel nostro Paese, traccia un bilancio della stagione che sta per chiudersi e presenta in anteprima le novità per il futuro, tra le quali il nuovo accordo con i supermercati Lidl

Escludendo Rimini e la Romagna, dove il tedesco è ormai una lingua di casa, nel resto d'Italia la pronuncia teutonica ha da sempre creato qualche difficoltà fonetica. Detto, fatto e problema risolto. Da oggi con la semplice sigla Erv, anche i meno propensi agli accenti potranno pronunciare senza problemi il nome della compagnia di assicurazione più vecchia d'Europa. Costituita nel 1907 a Budapest, tra piccole e grandi traversie, guerre, fusioni ed espansioni, si presenta oggi come una delle più solide e diffuse realtà assicurative. Visibilmente soddisfatta, Nicola Remshardt, rappresentante generale Erv Italia, snocciola così i suoi dati sul buon andamento della stagione 2009/10: «Tra i risultati più brillanti, da segnalare l'ottimo andamento di tutte le polizze abbinata alla biglietteria aerea, aumentata del 60% grazie al rafforzamento della partnership con Amadeus. A questo si aggiunge anche il buon riscontro di Stornhotel, dedicata alla copertura del solo soggiorno in hotel, con formule nuove, legate, ad esempio, a eventi e intrattenimento».

Continua Nicola: «Abbiamo puntato molto sull'e-commerce, perché ovviamente è il futuro. In Italia abbiamo già stipulato 330 mila polizze on line, grazie anche alle nostre

partnership». Da citare tra gli altri l'accordo con le agenzie di Lufthansa City Center, un importante network presente in 77 paesi, e la recente stretta di mano con la catena di supermercati Lidl: *fratello tedesco* ormai alla conquista d'Italia e d'Europa, che accoglierà tra le sue corsie i prodotti Erv. Inoltre continuerà per tutto l'anno l'offerta di soluzioni ad hoc per le aziende: dove si differenziano le proposte tra corporate e

business travel, e dove il punto di forza risiede nella possibilità di fornire sia la copertura assicurativa, sia i servizi di assistenza. Ma se vogliamo dare ancora un po' di numeri, ecco il forte incremento generale della compagnia, con un segno positivo che precede un 40% di fatturato in più nel 2010. Cifre che continuano a crescere, per una bella realtà, orgoglio del made in Europe. *Tommaso Natale*



Nella foto Nicola Remshardt, rappresentante generale Erv Italia, sorride accanto alla nuova campagna pubblicitaria, pronta per il mercato italiano. Per conquistare gli uomini del Belpaese, ci sono volute addirittura una bellezza mediterranea e una nordica.