# Il credo di Amadeus è "customer first"

Il direttore commerciale **Gabriele Rispoli** racconta i "suoi primi nove mesi" in **Amadeus**, "un'azienda di successo, che mette il viaggiatore al centro di tutto. Per questo tra i valori che amo di più tra quelli di Amadeus è customer first". Il successo è nei numeri, che Rispoli snocciola in serie: "Partiamo da un 40,4% di market share mondiale, con un fatturato di 3,104 miliardi di euro ma, sopratutto, con un Ebidta del 38,3%, il che ci ha permesso di avere una forte solidità finanziaria e capacità di investimenti importanti, circa il 16,5% del nostro giro d'affari". Non per nulla nel 2014 Amadeus è stata considerata tra le Top 10 migliori società software secondo Forbes, o una delle top tre in Europa secondo l'European Union industrial investment scorecard nel 2013.

"Il **customer first** - continua Rispoli - non è solo uno slogan per noi. Noi ci poniamo come partner perché ascoltiamo con attenzione i nostri clienti malgrado la nostra dimensione globale. Noi ogni giorno infatti ci facciamo piccoli, per mantenere le promesse per tutti i nostri clienti, perché il loro successo è anche il nostro". Una cura del cliente che ha fatto sì che il 55% delle attività gds ha un suo customer expert, chiamato **ACE**, completamente dedicato al cliente. Questo grazie anche a una ristrutturazione completa sul territorio, che ha permesso ad Amadeus di avere il 100% dei clienti assegnati in maniera segmentata alla forza commerciale basati su territorio, secondo business model e livelli di produzione. "Sul territorio abbiamo ben 12.149 postazioni, abbiamo formato ben 600 agenti formati in aula oppure onsite, erogato 150 corsi direttamente e curato i nostri clienti anche al telefono, con 75 mila telefonate a cui abbiamo dato risposte in 15 secondi, con il 91,9% di risoluzione nella prima chiamata, e online, dove abbiamo gestito ben 6807 ticket". Un 2014 che ha visto rilasciare nell'anno 32 prodotti nuovi o upgrade di prodotti esistenti ed emesso 96 carte Amadesu AirPlus. Numeri questi che hanno portato Amadeus Italia a crescere più del mercato in Italia, "la industry è cresciuta del 5,3%, noi di più. Anche se non posso dire di quanto..." sottolinea Rispoli, che prosegue aggiungendo che proprio il 2014 ha visto l'azienda raggiungere il miglior market share della sua storia in Italia, "con a dicembre il picco più alto". I clienti in Italia sono per l'80% adv, anche olta ovviamente, per le quali proporremo una soluzione online pensata ad hoc, il 10% Tmc, il 6% tour operator, "che sono sicuro che nel 2015 cresceranno ulteriormente" e il 4% crociere.