Amadeus Italia focalizza il 2017 su innovazione e relazioni commerciali con le agenzie di viaggio

Forte di un 2016 ricco di novità e di successi, anche dal punto di vista finanziario, Amadeus Italia ha chiari davanti a sè gli obiettivi per il 2017 e li ha presentati alla stampa il 21 marzo scorso con un entusiasta Direttore Commerciale **Gabriele Rispoli.**

E' stata l'occasione per fare il punto sui risultati raggiunti negli ultimi 12 mesi che hanno fatto segnare performance positive nel settore dei servizi ancillari, come abbiamo raccontato in questo articolo, e che hanno visto l'introduzione di innovazioni importanti come la sperimentazione con Kayak dell' Amadeus Master Pricer Instant Search e il passaggio alla nuova piattaforma di prenotazione Amadeus Selling Platform Connect per gli agenti di viaggio.

Ad oggi oltre **10mila agenti di viaggio** utilizzano prodotti Amadeus - spiega Gabriele Rispoli - e di questi l'85% ha già adottato Selling Platform per cui contiamo di completare la transizione entro fine anno. Avevamo previsto tempi più lunghi ma è stato il mercato a farci accelerare".

La completezza dei servizi resi alle agenzie di viaggio sarà il leit motif per il 2017 per creare condizioni per migliorare il lavoro e i risultati in termini di efficienza, automazione e redditività. In programma, anche il lancio di **soluzioni B2B2C**, destinate ai clienti finali delle agenzie stesse, per rendere sempre più evidente il valore consulenziale offerto dalle agenzie, non solo in fase di prenotazione ma anche nel corso dell'esperienza di viaggio".

"Le agenzie ci apprezzano per il valore che riusciamo a fornire loro, in termini di consulenza, assistenza e vicinanza in tutte le fasi della collaborazione - prosegue Rispoli - dalla vendita alla formazione, all'help desk sempre disponibile per gestire eventuali problematiche prettamente tecniche. La volontà è di investire sempre più nella qualità del servizio offerto per cui i prossimi mesi ci vedranno impegnati nel rilascio di prodotti e soluzioni per far **evolvere il modello di business da fornitore GDS a IT Partner**".

Un'altra dimostrazione importante della centralità che il supporto alle agenzie rappresenta per Amadeus sta nelle attività di **formazione**: per il solo lancio di Amadeus Selling Platform Connect sono state erogate 880 ore di training, realizzati webinar per 2500 agenti, tenute 200 ore di corsi fra aula,

on line e on site.
Conclude Rispoli: “La fiducia che gli agenti ci riconoscono è il risultato degli investimenti che abbiamo fatto a livello commerciale per essere più presenti sul territorio. E' la dimostrazione che gli investimenti in tecnologia di Amadeus si traducono a livello locale in innovazione".