

## Amadeus punta sull'innovazione per il 2017

notizia pubblicata **07 Aprile 2017** alle ore **10:00** nella categoria **Gds**

---



Dopo aver chiuso positivamente il 2016, Amadeus punta ad un 2017 che si preannuncia altrettanto intenso e ricco di obiettivi sfidanti. A fare il punto della situazione è Gabriele Rispoli, direttore Commerciale di Amadeus Italia, parlando dei risultati raggiunti negli ultimi 12 mesi che hanno fatto segnare performance positive dei segmenti IT Solutions e Distribuzione.

In particolare, quest'ultimo ambito ha beneficiato dei nuovi accordi con 46 vettori aerei e delle partnership con importanti player del settore, quale ad esempio Kayak che ha implementato la soluzione Amadeus Master Pricer Instant Search.

La solidità finanziaria rappresenta un punto cruciale per l'azienda, che investe in R&D circa il 16% delle sue revenues, posizionandosi al livello più alto tra i player dell'intera industria turistica, come riconosciuto dalla Comunità Europea.

Obiettivi raggiunti anche in termini di crescita della quota di mercato e di soddisfazione dei clienti: in un anno storico, che ha visto eleggere Amadeus Migliore GDS agli Italian Travel Awards e segnato il lancio della nuova piattaforma di prenotazione Amadeus Selling Platform Connect, sono stati più di 10.000 gli adv ad adottare le soluzioni Amadeus.

L'attenzione ai clienti è garantita anche attraverso un servizio di help desk basato a Milano che spicca per efficienza: nel 2016, infatti, il 91,9% delle problematiche sono state risolte alla prima telefonata, con un tempo medio di chiamata di 3,5 minuti e un'attesa alla risposta di soli 16 secondi. Se nel 2016 gli indicatori

finanziari e uno dei lanci prodotto più importanti nella storia dell'azienda hanno guidato la strategia, nel 2017 lo sforzo sarà ancora più incisivo e mirato a creare condizioni per migliorare il lavoro e i risultati delle agenzie in termini di efficienza, automazione e redditività. In programma, 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 il fase di prenotazione ma anche nel corso dell'esperienza di viaggio.