


Clickandgo

Travel Agent Newsletter

Sign in!

“Sign in!”, les dernières nouveautés concernant les produits d’Amadeus. Si vous souhaitez en savoir plus, un petit clic sur  dans Amadeus Selling Platform.

PAGE 3

Amadeus Benelux, une équipe de vente orientée vers le service

PAGES 4-5

Un regard neuf sur le secteur de l’aviation

PAGE 6

Amadeus Fare Filing Service

PAGE 7

Bistro Portal au Luxembourg

PAGE 8

De Reisspecialisten Groep

PAGE 9

Uniglobe Belux Travel, retour au bercail

PAGES 10-11

KLM adopte le système de réservation Altéa d’Amadeus

L'avenir appartient à ceux... qui le préparent !

Dire qu'Amadeus a constamment le regard tourné vers l'avenir, c'est enfoncer une porte ouverte. Et nos clients apprécient cette approche. En effet, un nombre croissant d'acteurs prestigieux (compagnies aériennes et chaînes hôtelières) jouent résolument la carte d'Amadeus. Récemment encore, plusieurs compagnies aériennes, dont KLM et Martinair, ont opté pour le système de réservation Amadeus Altéa. La politique d'investissement constante et ciblée de notre groupe en matière de recherche et de développement exerce

aussi un impact positif sur la croissance et le développement de nos clients. De même, les nouvelles technologies posent les fondations de nouvelles opportunités, comme l'illustre clairement le volumineux rapport intitulé "Future Traveller Tribes 2020". Ce rapport esquisse l'avenir de notre secteur et vous est présenté en détail dans ce numéro. Si nous voulons encore être de la partie dans les années à venir, nous et nos clients devront proposer des solutions originales et mûrement réfléchies. Cet objectif exige une remise en

question permanente de notre organisation et de nous-mêmes. Nous devons répondre avec souplesse aux besoins émergents de nos clients finaux. Ainsi, Amadeus recrute de plus en plus de collaborateurs possédant une expérience et des connaissances approfondies dans des secteurs très éloignés de l'industrie du voyage. Ce 'sang neuf' génère des impulsions originales, des visions différentes. Nous devons en outre avoir le courage de repousser notre horizon et d'investir dans les ressources humaines qui feront la force de ce secteur.

Voilà pourquoi Amadeus soutient la formation "Master en Tourisme" aux Pays-Bas comme en Belgique via un accord de collaboration avec la NHTV et le Fonds Urbain Claeys. A terme, l'objectif est de mieux aligner la formation sur les besoins du monde des entreprises, où la technologie occupe une place prépondérante. Bref, Amadeus concrétise son slogan "your technology partner" à plus d'un égard.

Aujourd'hui comme demain.



Luc Pannecoek
General Manager Amadeus Benelux

Les nouvelles technologies posent les fondations de nouvelles opportunités, comme l'illustre clairement le volumineux rapport intitulé "Future Traveller Tribes 2020". Ce rapport esquisse l'avenir de notre secteur .



Amadeus Benelux, une équipe de vente orientée vers le service

Pour répondre encore mieux aux besoins et attentes de nos clients, nous avons récemment réorganisé l'équipe de vente Amadeus d'après la situation réelle du marché. Ainsi, le département a été scindé en quatre catégories sous la direction de Ria Debruyn (Belgique et Luxembourg) et de René Schukkink (Pays-Bas).

Ces quatre sections sont les suivantes :
MCG – Multinational Customer Groups, qui regroupe les agences de voyage multinationales avec lesquelles Amadeus a conclu un accord à l'échelle mondiale;
LNA - Large National Accounts, constituée de grandes agences générant 100.000 réservations annuelles minimum;
SME – Small & Medium sized Enterprises, avec de petites ou moyennes agences; et

enfin Micro – de petites agences de voyage autonomes ou organisées de façon indépendante. Bref, l'équipe d'Amadeus comprend des Sales & Account Executives dûment formés pour répondre aux besoins des divers segments du marché, d'où un lien encore plus étroit avec notre clientèle. Les prospects sont d'ailleurs encadrés et suivis par le même collaborateur, du premier entretien de vente à la mise en œuvre de la solution et bien sûr même au-delà. Pour assurer un service optimal, Amadeus a recruté des personnes au profil spécifique et dotées de diplômes techniques adéquats. Le voyage est un secteur en perpétuelle mutation qui a considérablement évolué au cours des dix dernières années. Outre une bonne expérience dans le secteur des

voyages, de solides compétences en informatique s'avèrent de plus en plus nécessaires. Alors qu'avant, on fournissait surtout des produits, l'accent repose désormais sur l'apport de solutions. En d'autres termes, les processus de l'entreprise sont analysés et évalués avec précision indépendamment de sa taille, et les solutions d'Amadeus s'adaptent aux besoins et exigences des différents segments du marché. Nos Sales & Account Executives doivent donc être proches des clients. Dans cette optique, l'équipe de vente d'Amadeus est soutenue par le département Sales Operations afin que les Outdoor Sales puissent se concentrer sur leur activité principale : l'encadrement des clients.



L'équipe de vente belgo-luxembourgeoise

De gauche à droite :

Sabine Leroy (Sales Operations)
Ria Debruyn (Sales Director Belux)
Delphine Emond (Account Executive)
Stefan Mertz (Local Market representative Luxembourg)
Tom Eeman (Account Executive)
Annie Desmedt (Sales Operations)
Quinten Bekaert (Commercial Executive)
Herwig Copmans (Key Account Executive)



L'équipe de vente néerlandaise :

De gauche à droite :

Jasper Lonnee (Commercial Executive)
Raymond Koetzier (Account Executive)
Ryette Zandt (Sales Operations)
Jesus Medina (Key Account Executive)
Erica Evers (Key Account Executive)
Els Boeree (Account Executive)
Theo van der Maaden (Sales Operations)
René Schukkink* (Country Manager the Netherlands)

* absent lors de la photo

Un regard neuf sur le secteur de l'aviation. Un rapport inédit commandé par Amadeus

En partenariat avec Henley Centre HeadlightVision, Amadeus a récemment mené une enquête sur les développements futurs du secteur aéronautique, et publie ses résultats dans un rapport intitulé "Future Traveller Tribes 2020". Ce rapport identifie, pour la première fois, les tendances sociales, géopolitiques, technologiques et de consommation qui façonnent les voyageurs de demain, les groupes en voie de prédominance et leurs besoins spécifiques.



A l'avenir, il faudra sans doute tenir compte de quatre types d'acteurs – les Cosmopolitan Commuters, les Global Executives, les Active Seniors et les Global Clans – chacun ayant ses propres besoins.

Le rapport examine les répercussions de grandes tendances internationales, comme la mondialisation des affaires, de la politique, de la migration et du tourisme. Il analyse également certaines évolutions importantes parmi les consommateurs : sensibilisation croissante envers l'environnement, augmentation de la prospérité, demande accrue de services personnalisés, souci de la santé et du bien-être, etc.

Le rapport démontre aussi la nécessité d'accroître l'aspect intuitif des réponses technologiques aux besoins individuels du voyageur. La 'technologie à dimension humaine' joue donc un rôle de plus en plus important, notamment pour le développement d'une identité numérique fiable, de systèmes d'informations intégrés, d'informations géoportantes en temps réel

et de nouvelles technologies de communication. Cette évolution concerne l'industrie du voyage dans son ensemble : de la réservation à la récupération des bagages en passant par le check-in et le vol en tant que tel. Parmi les développements probables à court terme figurent l'identification des cartes SIM, les informations sur mesure concernant la destination, l'envoi des informations de voyage par GSM et les autres récepteurs numériques. A plus long terme, l'innovation viendra des mémoires numériques, des lunettes 3D, des étiquettes RFID pour les passagers comme pour les bagages et des bornes de check-in « humaines ».

Le rapport compare les macrotendances majeures, l'évolution du comportement des consommateurs et les développements technologiques, brossant ainsi un tableau réaliste des groupes de voyageurs pour les dix à quinze ans à venir. Il exercera sans doute de profondes répercussions sur l'organisation future des services liés aux voyages.

Les scénarios analysés vont de la familiarisation à un aéroport avant le départ, via une visite virtuelle, à l'utilisation de « technologies sensibles » indiquant si un passager devient nerveux lors du check-in. Bref, le rapport offre d'énormes possibilités pour aligner les produits et services pour les voyageurs de demain.

Vous pouvez demander une copie du rapport à votre Amadeus Sales Executive ou le télécharger via :

www.amadeus.com/travellertribes



HenleyCentreHeadlightVision

Future Traveller Tribes 2020: quatre groupes



Global Executives

“Voyageurs d’élite” qui recherchent la sensation d’un avion privé lors de leurs déplacements d’affaires. Ils proviennent essentiellement des marchés en expansion tels que le Brésil, la Russie, l’Inde et la Chine. Ce groupe devrait connaître une forte croissance au cours des dix prochaines années.



Active Seniors

Voyageurs fortunés, plus âgés (entre 50 et 75 ans) et en bonne santé, en quête d’expériences culturelles et/ou de détente pure. Ce groupe est en plein essor, étant donné le vieillissement de la population.



Cosmopolitan Commuters

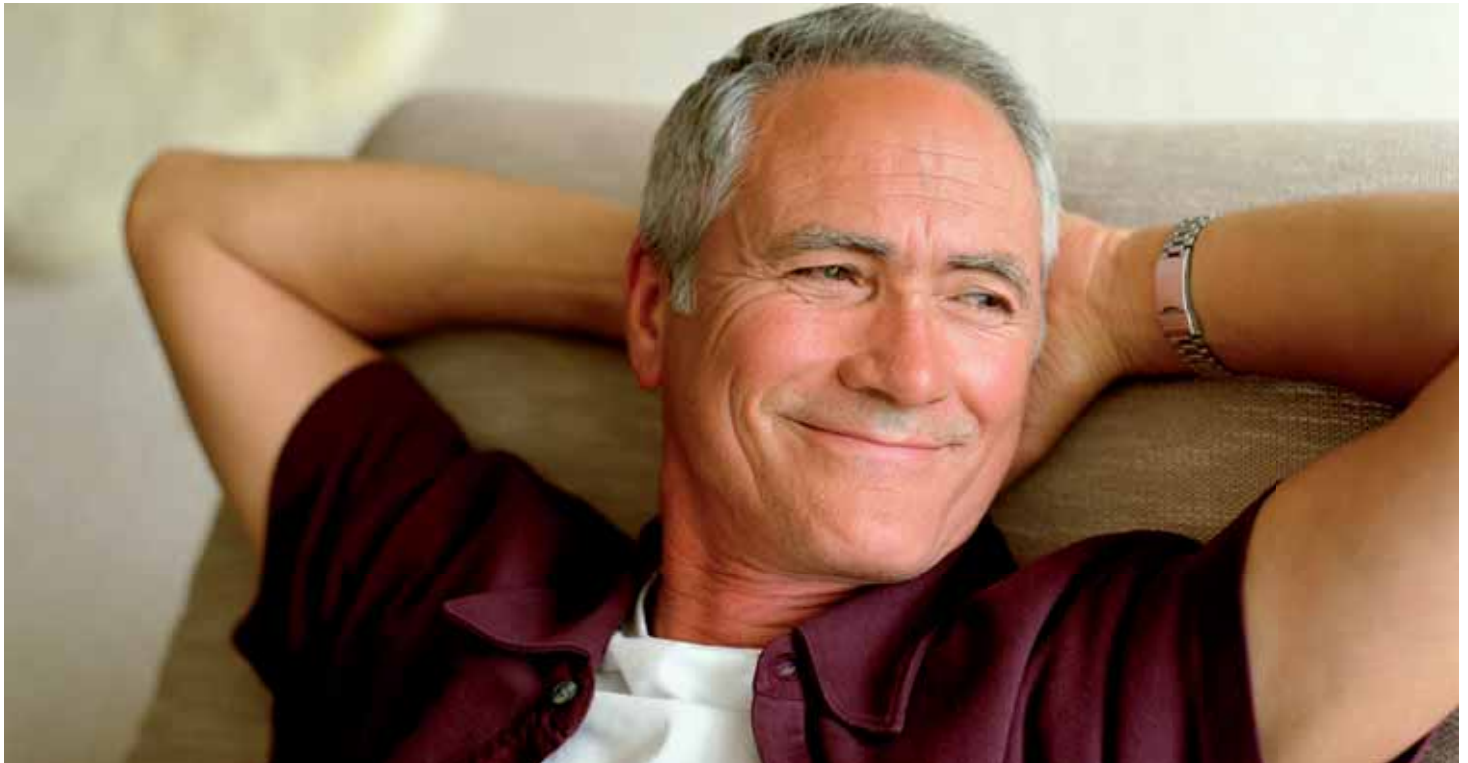
Personnes habitant dans une ville, travaillant dans une autre et faisant la navette en avion.



Global Clans

Personnes qui prennent l’avion de plus en plus souvent afin de rendre visite aux membres de leur famille dans le monde entier. Tendance en pleine expansion étant donné l’explosion de la migration mondiale.

Amadeus Fare Filing Service, Pour ceux qui laissent volontiers les chargements de tarifs complexes à un expert



Vous disposez de tarifs négociés qui ne sont pas chargés en Amadeus et vous aimeriez pouvoir les comparer en un clin d'œil avec tous vos autres tarifs ? Vous souhaiteriez les charger en Amadeus mais vous n'avez ni le temps ni les connaissances pour le faire ? Dans ce cas, Amadeus Fare Filing Service est la solution qu'il vous faut. Amadeus possède, en effet, une expertise inégalée pour charger vos tarifs avec efficacité. De plus, ses contrôles rigoureux garantissent la qualité optimale des données chargées.

Vos tarifs sont présentés en toute transparence parmi les tarifs publiés et les tarifs du marché via l'écran Fare Display d'Amadeus Selling Platform. Amadeus peut en outre assurer leur distribution sélective à l'intention de clients spécifiques ou en vue de réservations en ligne. Les tarifs sont automatiquement intégrés dans toutes les fonctionnalités de tarification d'Amadeus -

PNR Pricing, Best Pricer, Value Pricer, Master Pricer, etc. - et les tickets sont établis conformément à vos modalités contractuelles.

Avec Amadeus Fare Filing Service, vous augmentez la productivité de vos agents de comptoir tout en minimisant le risque de

réclamations dues aux erreurs de tarifs. En effet, il n'est plus nécessaire de contrôler les tarifs sur papier ou dans une base de données distincte.

Vos avantages :

- L'intégration parfaite de vos tarifs négociés avec les tarifs publiés et les tarifs du marché permet d'obtenir un aperçu clair et complet de tous les tarifs possibles.
- Les fonctionnalités de tarification et l'établissement automatique des tickets accroissent la productivité de vos agents.
- La validation automatique des conditions inhérentes à vos contrats et tickets minimise le risque de réclamations et vous épargne des coûts.
- Vous ne devez pas connaître le fonctionnement des systèmes de Fare Filing.
- Vous ne devez pas investir dans l'achat de logiciels.
- Grâce à la vitesse de chargement élevée, vous pouvez réagir directement aux tendances du marché.

Bistro Portal, le moteur de recherche ultime pour les voyageurs luxembourgeois

La société allemande Traveltainment est entrée dans la grande famille Amadeus en 2006 avec son produit phare Bistro Portal. Celui-ci a donc été intégré dans l'éventail de solutions Amadeus et sera proposé aux voyageurs luxembourgeois dès l'été 2007

Avec Bistro Portal, le voyageur dispose d'un moteur de recherche puissant, facile et extrêmement convivial, qui lui permet de consulter et de comparer les tarifs et l'offre complète de Luxair ainsi que de tous les grands tour-opérateurs allemands.

Un simple clic suffit pour obtenir des informations exhaustives sur les voyages à forfait, les last-minutes, les charters, les hôtels et les résidences de vacances. L'écran donne en outre une description détaillée du pays et du lieu de destination, avec des bulletins météo en temps réel et des bilans climatiques. Mais ce n'est pas

tout : Bistro Portal constitue une mine d'informations sur les curiosités touristiques locales, les plages, les sorties, les tavernes et restaurants, etc.; le tout bien classé et illustré via une banque d'images numériques très fournie. Bistro Portal est donc un excellent support de vente.

Cette application utilise la technologie fuzzy search logic, qui permet au voyageur d'introduire une série de critères afin d'obtenir l'offre la mieux adaptée aux souhaits et attentes du client. La proposition peut ensuite être imprimée ou envoyée directement au client par e-mail.

Grâce au lien direct – et invisible – avec le tour-opérateur, le voyageur reçoit des informations en temps réel sur la disponibilité des hébergements sélectionnés. Bistro Portal transmet automatiquement les données vers Amadeus Toma Maske, où la réservation peut être clôturée. Comme Bistro Portal est un produit en ligne, il affiche toujours les informations les plus récentes. Il permet en outre aux voyageurs de verrouiller des tour-opérateurs ou d'orienter l'offre afin d'accroître les revenus liés à ses tour-opérateurs *préférentiels*.



Bistro Portal - hotel information



Bistro Portal - tour operating offer

De Reisspecialisten Groep, cap sur la diversité



Récemment encore, les différents voyagistes de De Reisspecialisten Groep faisaient partie de la grande famille TUI. Depuis le rachat du groupe par les cadres, l'année dernière, ces six enseignes ont repris un cap autonome, chacune avec ses spécialités. De Boer en Wendel, Isropa Reizen, Panta Reizen, Zeetours Cruises, Group & Incentive Travel et Holland International Destination Management peuvent donc voler de leurs propres ailes et continuent de se développer. Explications par John de Keuning, Director ICT & E-commerce chez De Reisspecialisten Groep.

“Depuis le rachat par les cadres, nous avons déjà ajouté deux nouveaux labels au groupe,” déclare John d’entrée de jeu. “Nous sommes, en effet, convaincus que l’avenir verra l’émergence d’agences de voyage internationales de plus en plus vastes et puissantes, qui desserviront le marché dans une optique d’expansion, ainsi que de spécialistes qui combleront certaines niches avec leur passion et leur expertise. Une évolution que nos nouveaux labels Treat and Travel (combinaison de vacances et d’interventions médicales à l’étranger) et Read & Travel (voyages de lecteurs) illustrent avec brio. Avec huit enseignes renommées, six sièges, près de 200 collaborateurs et un chiffre d’affaires de plus de 112 millions d’euros, De Reisspecialisten Groep est le plus grand organisateur de voyages spécialisés aux Pays-Bas.”

Amadeus : un outil incontournable

“Notre première expérience concluante avec Amadeus a donc joué un rôle crucial lorsque nous sommes devenus

autonomes,” poursuit John. “Nous n’avons vraiment pas dû réfléchir bien longtemps. Les services d’Amadeus étaient déjà excellents par le passé et cela n’a pas changé. Au fil des ans, nos collaborateurs ont appris à maîtriser Amadeus Selling Platform et s’ils ont le moindre doute, le help-desk particulièrement cordial d’Amadeus est toujours à leur disposition. Amadeus nous tient constamment informés de ses derniers développements. Ainsi, nous pouvons suivre les avancées techniques et technologiques, mais aussi explorer plus aisément de nouvelles pistes. En effet, qui dit ‘nouvelles technologies’ dit également ‘nouveaux défis’. De plus, un nombre croissant de compagnies aériennes se tournent vers Amadeus pour le support technique de leur système de distribution. Il en va de même pour notre propre compagnie aérienne nationale KLM, ce qui rend nos agences de voyage encore plus intéressantes. En un mot comme en cent, nous sommes des utilisateurs satisfaits d’Amadeus.”

Uniglobe Belux Travel, retour au bercail



En 2003, Uniglobe Travel a trouvé l'herbe plus verte ailleurs et a donc fait migrer tous ses bureaux - sauf trois - vers la concurrence. Trois ans plus tard, Uniglobe Travel est revenu dans le giron d'Amadeus.



Joeri Keuppens - Regional President Uniglobe Belux Travel

“Uniglobe Travel International a amorcé cette transition via la conclusion d'un contrat-cadre avec Amadeus Worldwide”, explique Joeri Keuppens, Regional President d'Uniglobe Belux Travel. “Nous avons renoué les liens lors de notre Convention internationale de Paris en avril 2006. Nous nous sommes assis

autour de la table au mois d'août et l'accord était entériné en septembre. Tous nos bureaux ont migré vers la nouvelle version d'Amadeus Selling Platform entre fin novembre et fin décembre, et l'ensemble de nos collaborateurs ont pu démarrer après une brève formation. Pour certains d'entre

eux, il s'agissait plutôt d'un rafraîchissement de la mémoire que d'un nouveau système à apprendre. Nous organisons d'ailleurs régulièrement des formations Uniglobe Travel au sein du centre de formation d'Amadeus à Vilvoorde afin de rafraîchir nos connaissances.

Service à la carte

“Nous manquions d'un véritable support-produit”, poursuit Joeri. “Et c'est précisément ce qui nous a séduits chez Amadeus. En plus d'outils et de technologies de pointe, Amadeus nous offre le savoir-faire et l'ingéniosité technique nécessaires pour élaborer des solutions sur mesure. Amadeus nous informe constamment des derniers développements ou solutions qui seront commercialisés à court ou moyen terme. Cette proactivité simplifie notre planning et nous permet de saisir la balle au bond. Ainsi, Amadeus a réalisé un PNR devider spécialement destiné à

Uniglobe Travel, qui transfère les PNR des différents bureaux vers une file d'attente précise d'un bureau donné, où les divers contrôles-qualité sont ensuite effectués. L'utilisation de systèmes uniformes réduit les frais de fonctionnement et la nécessité de connaissances étendues en interne, mais elle augmente aussi notre pouvoir d'achat en tant que groupe. Tous nos bureaux tournent désormais sous Amadeus et cela fait une sacrée différence ! De même, les applications d'Uniglobe Travel concernant, par exemple, la tarification et les contrôles-qualité ont été aisément intégrées dans le système Amadeus.”

Les gagnants du concours NS Internationaal en NMBS

O.I.M en Belgique :

Katia Pussenier (*absente lors de la photo*)

Uniglobe Merk Travel aux Pays-Bas:

Noeska Vermaat



Noeska Vermaat

KLM adopte le système de réservation Altéa d'Amadeus



En septembre de l'année dernière, KLM a conclu un accord avec Amadeus concernant le transfert de toutes les activités de vente et de réservation de Corda (le propre système de KLM) vers le système de réservation Altéa d'Amadeus. Durant la nuit du 31 mars au 1er avril 2007, tous les systèmes de KLM, mais aussi de ses partenaires Martinair et Kenya Airways, ont migré avec succès vers la nouvelle plate-forme. C'est une grande première ! Entretien avec Rob Westerman, Director Distribution Strategy chez KLM.

“Je dois préciser qu'une grande 'cellule' de distribution a été créée autour de notre système d'inventaire Corda,” explique Rob d'emblée. “Ainsi, tous les bureaux KLM peuvent vendre leurs tickets dans le monde entier via Altéa. Nous avons également implémenté une plate-forme logicielle régissant l'accès des agences de voyage à l'inventaire KLM via leur système GDS. Grâce

à cette migration et aux améliorations qu'elle a engendrées en termes d'alignement et de partage des données, les différentes sociétés du groupe Air France-KLM peuvent optimiser leurs services à l'égard de leurs clients directs et des voyageurs. La plate-forme de réservation commune Altéa soutient encore mieux la compatibilité tarifaire entre les tarifs de KLM et ceux d'Air France, ce qui simplifie la tâche des voyageurs.”

Le monde sera « en ligne » ou ne sera pas...

“Il est évident qu'à l'avenir, de plus en plus de sièges seront vendus par le biais de canaux en ligne”, poursuit Rob. “Cette évolution exerce, certes, un impact sur la vitesse des systèmes, l'intégrité des données... et implique le développement d'outils empêchant les

ralentissements ou blocages de systèmes imputables à une forte demande. Par ailleurs, la représentation virtuelle des services d'une compagnie aérienne ne reflète pas toujours la réalité à 100 %. A titre d'exemple, Amadeus intègre à certains moments de la journée quelques sièges KLM dans le système que les agents utilisent via Master Pricer. Si cette disponibilité temporaire est sollicitée pour une réservation effective, il se peut que le siège en question ait déjà été vendu. La crédibilité de l'agent et de la compagnie aérienne risque alors d'être compromise. Les outils tels que Master Pricer doivent fournir une solution en temps réel permettant de gérer correctement les risques inhérents aux flux d'informations considérables des systèmes ainsi que leurs conséquences financières. Et c'est justement sur ce point que nous travaillons d'arrache-pied avec Amadeus. Nous espérons dès lors que la plate-forme de distribution Altéa nous permettra très bientôt d'offrir la meilleure solution, au bénéfice des 150 compagnies aériennes reprises sur la plate-forme Altéa.”

Concrètement

“Plus personne n'ignore que nous nous efforçons de vendre au moins 40 % de notre volume en ligne”, nous confie Rob. “Autrement dit, 60 % des tickets sont encore écoulés via les fournisseurs GDS et les voyageurs. Ces deux derniers acteurs



continuent à jouer un rôle commercial non négligeable dans la distribution, et ce pour diverses raisons : couverture mondiale dans des marchés où la part d'une compagnie aérienne est trop faible, neutralité du voyageur envers les divers produits via le fournisseur GDS, réglementation au sein de certains Corporate Accounts dictés par les politiques de voyage..."

Points importants

"Face à 'l'e-enablement' du processus de réservation (e-tickets, e-paiements, ventes en ligne, ...), nous pensons," poursuit Rob, "que les compagnies aériennes devraient être un peu plus critiques vis-à-vis du processus de distribution dans son ensemble.

L'e-enablement implique, en effet, un délai de commercialisation bien plus court et nous constatons que les gens réservent beaucoup plus tard. Certains de ces e-facteurs joueront sans doute un rôle crucial dans les relations à venir entre l'agent et la compagnie aérienne. A titre d'exemple, nous mettons l'ensemble de notre contenu à la disposition du voyageur. Ces données englobent également nos tarifs les plus bas, qui permettent de voler du point A au point B pour une bouchée de pain via une réservation chez le voyageur ou sur le site Web de KLM. KLM demande néanmoins une contrepartie : le vol ne peut plus être modifié. Nous aimerions que ces types de tarifs fassent l'objet d'un traitement identique lorsqu'ils sont proposés par des agences de voyage. Celles-ci disposent encore d'une trop grande flexibilité vis-à-vis du processus de réservation et/ou de paiement, une situation que nous estimons incorrecte."

"Il y a encore un point qui nous tient à cœur," observe Rob. "Nous constatons que sur les tickets réservés via un système GDS, les compagnies aériennes se font encore imputer des segments qui ne génèrent aucun revenu : les segments dits unproductive. KLM a observé un net recul de ce phénomène dans le Benelux. Nous insistons néanmoins pour que l'agent s'en tienne aux instructions données par le GDS et la compagnie aérienne concernant le

traitement du processus de réservation, afin d'éviter ce genre d'inefficacité. Depuis 2003, nous sommes parvenus – notamment grâce à une meilleure communication avec les voyageurs, à notre collaboration avec Amadeus (entre autres), et au professionnalisme des voyageurs du Benelux – à diminuer de 7 % les coûts totaux résultant d'inefficacités. Nous sommes sur la bonne voie mais nous devons rester vigilants."

"Un dernier point," conclut Rob, "réside dans la "revenue integrity" des tickets émis lors du processus de distribution. Nous comptons

également professionnaliser davantage ce processus et maintenir le dialogue avec les voyageurs quant à la mention correcte de nos tarifs sur leurs tickets."



Concours KLM

KLM offre 2 x 2 tickets pour une destination européenne depuis Amsterdam ou Bruxelles à un voyageur qui donnera la réponse correcte aux questions ci-dessous. Envoyez ou faxez le bon-réponse avant le 31 août à Amadeus Benelux et peut-être une main innocente vous permettra-t-elle de faire vos bagages avec votre partenaire.

Concours KLM 1:

A quelle date a eu lieu la migration du propre système Corda de KLM vers le système de réservation Altéa d'Amadeus ?

Concours KLM 2:

Quel est le plus grand défi de la vente en ligne pour une compagnie aérienne en termes d'« availability » ?

Données personnelles

Nom :

Prénom :

Adresse de l'agence de voyage :

Code postal : Localité :

Nom de l'agence :

A renvoyer avant le 31 août à :
Amadeus Benelux – Medialaan 30/1 – B-1800 Vilvoorde – Fax: +32 (0)2 460 03 84

Amadeus passe les hôtels au peigne fin

A l'instar du module Air, Amadeus a fait de son module Hotel un instrument à la fois puissant et



rentable. Désormais, la réservation d'un hôtel est aussi simple et rapide que celle d'un avion. Ce service couvre plus de 75.000 hôtels, 3.500 séjours indépendants et 244 chaînes hôtelières dans 186 pays. Et bien entendu, toutes les villes touristiques sont mises en évidence. L'offre devrait en outre passer à 80.000 sites d'ici un an. Le module Hotel donne des informations en temps réel sur les prix et disponibilités, réparties en 5 types de chambres et en 12 niveaux de tarifs. Vous disposez également de toutes les données et images nécessaires pour

renseigner vos clients avec précision. Ainsi, vous pouvez réserver un hôtel – avec une commission attrayante – jusqu'à 60 %* plus rapidement que par téléphone ou via un site Internet. Surfez sur www.benelux.amadeus.com/hotelspromo et suivez notre courte formation en ligne ou notre Master Class pour de plus amples informations sur le module "Hotel".

Le saviez-vous ?

- > Amadeus a été récemment élu "Best Travel Technology Provider" lors d'une remise de prix tenue à Londres.
- > Vous pouvez émettre un e-ticket sous Amadeus pour 174 compagnies aériennes.
- > En février, le pourcentage d'e-tickets délivrés s'élevait à 85 % aux Pays-Bas et même à 86 % en Belgique .
- > KLM a récemment migré vers la plate-forme de réservation Altéa d'Amadeus.
- > Amadeus vous permet d'effectuer des réservations auprès de 52 Low Cost Carriers
- > **16,2 % des réservations Amadeus sont effectuées en ligne.**
- > 70 chaînes d'hôtels participent au programme "Best Available Rates", qui permet de trouver le meilleur prix pour une chambre via Amadeus.
- > Le nombre d'hôtels **repris dans Amadeus a grimpé de 20 % en 2006, pour s'élever à 72.500 et a dépassé les 75.000 aujourd'hui.**
- > Notre produit Hotel vous permet d'ores et déjà de consulter **319.155 photos d'hôtel.**
- > Vous trouverez une **démonstration d'Amadeus Service Fee Manager** sur le site www.amadeus.com/amadeus/media/amadeus_sfm
- > Le système **Amadeus FareXpert Filing Platform** offre une solution unique pour le chargement, en temps réel, de tous les tarifs contractuels spécifiques.
- > **Amadeus Master Pricer** a été récemment complété d'une option de calendrier, conçue à l'intention particulière des voyageurs aux dates de voyage flexibles.
- > **Avec 300 millions d'euros**, Amadeus est le plus gros investisseur d'Europe en matière de recherche et de développement pour l'industrie du voyage.
- > Le **"smiley" orange** d'Amadeus Selling Platform vous donne toutes les informations importantes sur les produits Amadeus.
- > Une enquête indépendante parmi les voyageurs a démontré qu'**Amadeus est et reste le leader absolu pour l'exactitude et la fiabilité des tarifs.**

Editeur responsable:
Amadeus Benelux – Luc Pannecoeck
 Mediaalaan 30 – 1800 Vilvoorde
 tél. : +32 2 257 99 11 – infobe@benelux.amadeus.com

Conception et réalisation :
De Visu Digital Document Design
 avenue Eugène Demolder 24 – 1030 Bruxelles
www.devisu.com – info@devisu.com

amadeus
 Your technology partner

Rédaction :
 Springael & Bruyneel bvba

www.benelux.amadeus.com