

Clickandgo

Travel Agent Newsletter

Sign in!

“Sign in!”, de newsletter met de laatste weetjes over het Amadeus productaanbod. Meer weten? Klik op  in je Amadeus Selling Platform.

PAGINA 3

Amadeus Benelux, een servicegerichte verkooporganisatie

PAGINA 4-5

Een nieuwe kijk op de luchtvaartsector

PAGINA 6

Amadeus Fare Filing Service

PAGINA 7

Bistro Portal in Luxemburg

PAGINA 8

De Reisspecialisten Groep

PAGINA 9

Uniglobe Belux Travel, terug van weggeweest

PAGINA 10-11

KLM kiest voor het Altéa reserveringssysteem

De toekomst is aan wie ze voorbereidt

Dat Amadeus het oog continu op de toekomst heeft gericht, is een open deur intrappen. Klanten weten die aanpak te waarderen. Immers, steeds meer grote spelers - zowel luchtvaartmaatschappijen als grote reisketens - trekken resoluut de kaart van Amadeus. Recent nog opteerden een aantal airlines, waaronder KLM en Martinair, voor het Amadeus Altéa reserveringssysteem. Het consistente en doelmatige investeringsbeleid in onderzoek en ontwikkeling binnen de Amadeus groep, heeft tevens een positieve weerslag op de groei en de

ontwikkeling van al onze klanten. Nieuwe technologieën leggen de basis voor nieuwe kansen. Dat is overigens ook wat duidelijk naar voren komt uit het lijvige "Future Traveller Tribes 2020" rapport dat ons een kijk geeft op de toekomst van onze sector. Het rapport wordt verder in dit nummer uitvoerig toegelicht. Om ook morgen nog een rol van betekenis te spelen zullen wij en onze klanten, moeten uitpakken met doordachte en originele oplossingen. Daartoe moeten we onszelf en onze organisatie voortdurend in vraag stellen. We

moeten immers soepel inspelen op de nieuwe noden en behoeften van onze eindklanten. Bij Amadeus gaan dan ook steeds meer mensen aan de slag met kennis en ervaring uit totaal andere sectoren dan de reisindustrie. Het genereert nieuwe impulsen, andere visies. We moeten ook verder durven kijken en investeren in de mensen die morgen de sector zullen dragen.

Daarom steunt Amadeus de opleiding "Master in Toerisme" in zowel Nederland als België via een samenwerkingsverband met respectievelijk de NHTV en het Urbain Claeys Fonds.

Bedoeling is om op termijn de studie beter te laten aansluiten op de noden van de bedrijfswereld waarbij technologie een prominente plaats inneemt. Kortom, Amadeus maakt zijn roeping als "your technology partner" in meer dan één vlak waar. Vandaag en morgen.



Luc Pannecoek
General Manager Amadeus Benelux

Nieuwe technologieën leggen de basis voor nieuwe kansen. Dat is overigens ook wat duidelijk naar voren komt uit het lijvige "Future Traveller Tribes 2020" rapport dat ons een kijk geeft op de toekomst van onze sector.



Amadeus Benelux, een servicegerichte verkooporganisatie

Om nog beter tegemoet te komen aan de noden en verwachtingen van de klanten, werd de Amadeus verkooporganisatie recent aangepast aan de reële marktsituatie. Daarbij werd de afdeling, onder leiding van enerzijds Ria Debruyne (België en Luxemburg) en anderzijds René Schukink (Nederland), onderverdeeld in vier categorieën: MCG's – Multinational Customer Groups met multinationale reisorganisaties waarmee Amadeus wereldwijd een overeenkomst heeft afgesloten; LNA's - Large National Accounts met grote reisonderningen die jaarlijks goed zijn voor minimaal 100.000 boekingen; SME's – Small & Medium sized Enterprises met kleine en middelgrote reisonderningen; en tot slot de Micro's -

kleine zelfstandige of onafhankelijk georganiseerde reiskantoren. Dat betekent dat er binnen Amadeus, Sales & Account Executives actief zijn die bijzonder onderlegd zijn in de noden en behoeften van de verschillende marktsegmenten. Op die manier wordt er een nauwere band met de klanten geschapen. Potentiële klanten worden overigens van het eerste verkoopgesprek tot het implementeren van de oplossing, en ook achteraf, begeleid en opgevolgd door een en dezelfde medewerker.

Om een en ander in goede banen te leiden heeft Amadeus medewerkers aangetrokken met een specifiek profiel en met de juiste technische diploma's op zak. De reisindustrie is de afgelopen tien jaar sterk van gezicht

veranderd en is continu in beweging. Naast ervaring in de reissector winnen IT-vaardigheden alsmaar aan belang. Waar vroeger eerder producten werden gesleten, ligt nu de klemtoon op het aanreiken van oplossingen. Dat houdt in dat, ongeacht de grootte van de onderneming, bedrijfsprocessen nauwgezet worden geanalyseerd en geëvalueerd en dat de Amadeus oplossingen worden vertaald naar de eisen en behoeften van de verschillende marktsegmenten. Sales & Account Executives moeten dan ook dicht bij de klanten staan. Het Amadeus verkoopsteam wordt daarom ondersteund door Sales Operations medewerkers zodat de Outdoor Sales zich maximaal kunnen toespitsen op hun kernactiviteit: het begeleiden van klanten.



Het Belgisch-Luxemburgse Sales team

Van links naar rechts:

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



Het Nederlandse Sales team:

Van links naar rechts:

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 Schukink* (Country Manager the Netherlands)

* niet aanwezig op de foto

Een nieuwe kijk op de luchtvaartsector. Een baanbrekend rapport in opdracht van Amadeus

Recent zette Amadeus, samen met Henley Centre HeadlightVision, een onderzoek op waarbij werd gepeild naar de toekomstige ontwikkelingen voor de luchtvaartsector. De resultaten ervan werden neergeschreven in het “Future Traveller Tribes 2020” rapport. Hierin werd voor het eerst vastgelegd welke sociale, geopolitieke, consumenten- en technologische trends bepalen wie in de toekomst zal reizen, welke groepen het belangrijkst worden en wat hun persoonlijke behoeften zijn.



Er dient in de toekomst wellicht rekening te worden gehouden met vier verschillende spelers - de Cosmopolitan Commuters, de Global Executives, de Active Seniors en de Global Clans – met elk hun specifieke behoeften.

In het rapport worden de gevolgen geanalyseerd van belangrijke internationale trends, zoals de mondialisering van het zakenleven, de politiek, de migratie en het toerisme. Naast deze trends worden ook belangrijke consumententrends onder de loep genomen, zoals het toenemende milieubewustzijn, de groeiende welvaart, de grotere vraag naar een persoonlijke dienstverlening en het streven naar gezondheid en welzijn.

Het rapport geeft tevens aan dat de respons van de technologie op de individuele behoeften van de reiziger steeds intuïtiever moet verlopen. De ‘technologie met een menselijk gezicht’ speelt dus een alsnarm belangrijkere rol in onder meer de

ontwikkeling van een betrouwbare digitale identiteit, geïntegreerde informatiesystemen, realtime-georelevante informatie en nieuwe communicatie-technologieën. Daarbij is de hele reisindustrie betrokken partij: van het boeken, via het inchecken en vliegen, tot het afhalen van de bagage. Technologische ontwikkelingen die daarbij mogelijk op korte termijn een rol spelen, zijn: SIM-kaartidentificatie, bestemmingsinformatie op maat, mobiele reisupdates en digitale receptionisten. Op langere termijn gaat het om digitale geheugens, 3D-brillen, RFID-tags voor zowel passagiers als bagage en ‘humane’ incheckzuilen.

Het rapport weegt belangrijke macrotrends, veranderend consumentengedrag en technologische ontwikkelingen tegen elkaar af en schetst zo een reëel beeld van de reizigersgroepen voor de komende tien tot vijftien jaar. Het zal wellicht grote gevolgen hebben op de manier waarop reisdiensten in de toekomst worden georganiseerd.

De scenario’s die in het rapport werden onderzocht, variëren van de mogelijkheid voor reizigers om, voor ze van huis gaan, via een virtuele wandeling vertrouwd te raken met een luchthaven tot het gebruik van ‘gevoelstechnologieën’ die aangeven of een passagier al dan niet last van zenuwen heeft bij het inchecken. Kortom, het rapport biedt enorme mogelijkheden om diensten en producten af te stemmen op de reizigers van de toekomst.

U kunt een kopie van het rapport aanvragen bij uw Amadeus Sales Executive of downloaden vanaf www.amadeus.com/travellertribes



HenleyCentreHeadlightVision

Future Traveller Tribes 2020: vier groepen



Global Executives

Zakelijke 'elitereizigers' die een soort van privévliegtuigervaring willen. Ze komen voornamelijk uit groeimarkten zoals Brazilië, Rusland, India en China. Verwacht wordt dat deze groep de komende tien jaar sterk zal groeien.



Active Seniors

Bemiddelde, gezonde, oudere (tussen 50 en 75 jaar oud) reizigers op zoek naar culturele ervaringen en/of louter ontspanning. Deze groep zit, dankzij de vergrijzing, duidelijk in de lift.



Cosmopolitan Commuters

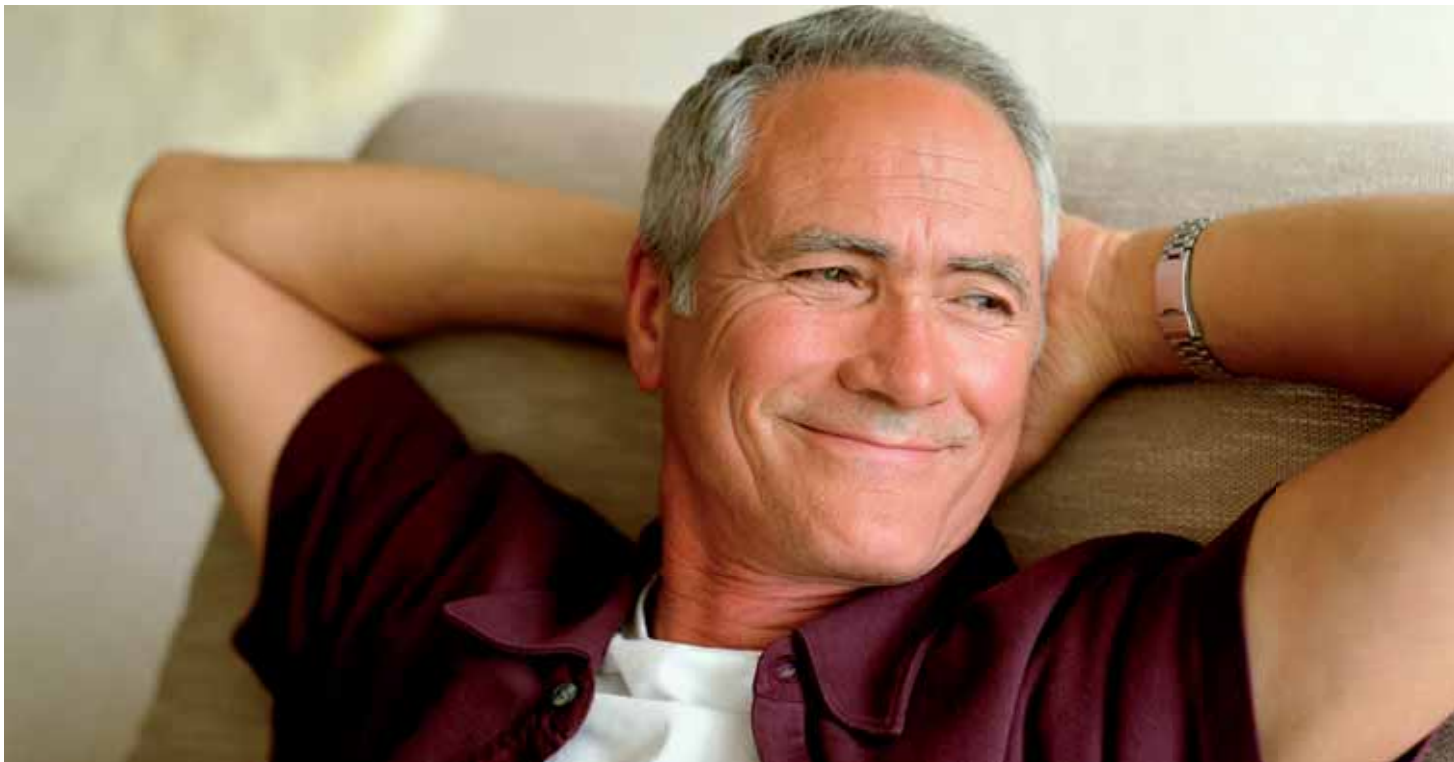
Mensen die in de ene stad wonen, in de andere werken en met het vliegtuig pendelen.



Global Clans

Mensen die steeds vaker het vliegtuig nemen om familieleden over de hele wereld te bezoeken. Een groeiende trend als gevolg van de enorme toename van mondiale migratie.

Amadeus Fare Filing Service, voor wie de complexiteit van het laden van tarieven graag aan een expert overlaat



Hebt u genegotieerde tarieven die niet in Amadeus geladen staan? Zou u die graag in één oogopslag willen kunnen vergelijken met al uw andere tarieven? Wilt u deze graag in Amadeus geladen hebben, maar heeft u hier geen tijd voor of de kennis niet in huis? Dan is de Amadeus Fare Filing Service de oplossing voor u. Amadeus heeft als geen ander de expertise in huis om uw tarieven efficiënt te laden. En, uitvoerige kwaliteitscontrole zorgt voor optimale kwaliteit van de geladen data.

Uw tarieven worden naadloos zichtbaar tussen de published fares en marktтарieven in de fare display van het Amadeus Selling Platform. Daarnaast kan Amadeus selectief distribueren naar specifieke klanten of voor online boekingen. De tarieven maken automatisch deel uit van alle Amadeus pricing functionaliteiten, zoals PNR Pricing, Best Pricer, Value Pricer en Master Pricer.

Bovendien worden tickets automatisch opgebouwd conform uw contractvoorwaarden.

Met de Amadeus Fare Filing Service verhoogt u niet alleen de productiviteit van uw baliemedewerkers, maar minimaliseert

u ook het risico op claims wegens het niet toepassen van het juiste tarief. Tarieven controleren op papier of in een aparte database horen er immers niet meer bij.

De voordelen voor u op een rijtje:

- Naadloze integratie van uw genegotieerde tarieven met de published fares en marktтарieven geeft een helder en compleet overzicht op alle mogelijke tarieven.
- Pricing functionaliteiten en automatische ticketopbouw verhogen de productiviteit van uw agenten.
- Automatische validatie van uw contract- en ticketvoorwaarden minimaliseert het risico op claims en bespaart u kosten.
- U hebt geen kennis van Fare Filing systemen nodig.
- U hoeft niet te investeren in de aankoop van software.
- Door de hoge snelheid van laden kunt u direct reageren op trends in de markt.

Bistro Portal, de ultieme zoekmachine voor de Luxemburgse reisagent

Sinds 2006 maakt het Duitse Traveltainment, met het speerpuntproduct Bistro Portal, deel uit van de grote Amadeus familie. Bistro Portal werd opgenomen in de Amadeus productportfolio en zal vanaf de zomer 2007 beschikbaar zijn voor de Luxemburgse reissector.

Met Bistro Portal beschikt de reisagent over een krachtige, eenvoudige en bijzonder gebruikersvriendelijke zoekmachine waarmee hij het volledige aanbod en prijzen van Luxair en alle grote Duitse touroperators kan opvragen en vergelijken. Met één druk op de knop wordt alle informatie over pakketreizen, last-minutes, chartervluchten, hotels en vakantiehuizen beschikbaar. Tegelijk wordt het land en de plaats van bestemming uitvoerig beschreven met realtime weerberichten en klimaatoverzichten. Daar blijft het echter niet bij. Bistro Portal reikt immers ook gedetailleerde informatie aan over lokale bezienswaardigheden, stranden,

uitgaansmogelijkheden, eten & drinken en nog veel meer; alles netjes in kaart gebracht en geïllustreerd aan de hand van een rijke digitale beeldenbank. Bistro Portal is dan ook een uitstekende verkooppondersteunende tool.

De applicatie werkt volgens de *fuzzy search* logic technologie waarbij de reisagent een hele rits criteria kan invoeren zodat zijn klant steeds het aanbod kan worden voorgelegd dat het best aansluit op zijn wensen en verwachtingen. Het voorstel kan vervolgens worden geprint of rechtstreeks via mail naar de klant worden gestuurd. Dankzij de -niet zichtbare- directe link met

de touroperator beschikt de reisagent over realtime informatie wat betreft beschikbaarheid van de geselecteerde accommodatie. Vanuit Bistro Portal worden alle gegevens van de boeking automatisch overgebracht naar de Amadeus Toma Maske, waar de boeking kan worden afgesloten. Omdat Bistro Portal een web-based product is, toont het steeds de meest actuele informatie. Bovendien kan de reisagent ook touroperators afgrenzen of het aanbod sturen om zo de inkomsten op haar preferred touroperators te verhogen.



Bistro Portal - hotel information



Bistro Portal - tour operating offer

De Reisspecialisten Groep, voor elk wat wils



In een niet zo ver verleden behoorden de verschillende reisorganisaties van de Reisspecialisten Groep tot de grote TUI familie. Sinds de management buy out van vorig jaar varen de zes merken, met elk hun onderscheidend specialisme, weer een zelfstandige koers. Op die manier kunnen de zes merken - De Boer en Wendel, Isropa Reizen, Panta Reizen, Zeetours Cruises, Group & Incentive Travel en Holland International Destination Management – zich naar eigen inzicht verder ontwikkelen. Een toelichting door John de Keuning, Director ICT & E-commerce van De Reisspecialisten Groep.

“Intussen hebben we, na de management buy out, de groep al uitgebreid met twee nieuwe labels,” valt John met de deur in huis. “Wij zijn er immers van overtuigd dat we in de toekomst steeds grotere internationale en sterkere reisondernemingen zullen zien ontstaan die met schaalvergroting de markt bedienen en anderzijds specialisten die bepaalde marktniches invullen met passie en expertise. Onze nieuwste labels Treat and Travel, dat medische ingrepen in het buitenland combineert met een vakantie, of Read & Travel, dat lezersreizen organiseert, zijn daar sprekende voorbeelden van. De Reisspecialisten Groep is dan ook met acht gerenommeerde merken, zes locaties, nagenoeg 200 medewerkers en een omzet van ruim 112 miljoen euro de grootste specialistische reisorganisatie in Nederland.”

Amadeus doet de job

“Onze eerdere, goede ervaring met Amadeus was dan ook doorslaggevend toen we op eigen benen gingen staan,” vervolgt John. “We hebben er echt niet lang

over hoeven nadenken. De dienstverlening van Amadeus was in het verleden uitstekend en daar is geen verandering in gekomen. Met de jaren hebben onze medewerkers het Amadeus Selling Platform ook aardig onder de knie en mocht er al eens een twijfel rijzen, dan weet de bijzonder hartelijke Amadeus helpdesk steeds raad. Door Amadeus worden we continu op de hoogte gehouden van de nieuwste ontwikkelingen. Zo blijven we technisch en technologisch niet alleen bij, maar kunnen we ook makkelijker nieuwe paden bewandelen. Nieuwe technologie betekent immers ook nieuwe uitdagingen. Bovendien kloppen meer en meer luchtvaartmaatschappijen bij Amadeus aan voor technische ondersteuning van hun distributieapparaat. Zo ook onze eigen KLM en dat maakt het voor onze reisorganisaties alleen maar interessanter. Kortom, wij zijn tevreden Amadeus gebruikers.”

Uniglobe Belux Travel, terug van weggeweest



In 2003 leek Uniglobe Travel het gras aan de overkant wat groener en dus migreerden alle kantoren, op drie na, naar de concurrentie. Drie jaar later keert Uniglobe Travel terug naar de vertrouwde Amadeus stal.



Joeri Keuppens - Regional President Uniglobe Belux Travel

“De aanzet werd gegeven door Uniglobe Travel International met het afsluiten van een kaderovereenkomst met Amadeus Worldwide”, vertelt Joeri Keuppens, Regional President Uniglobe Belux Travel. “Tijdens onze Internationale Conventie van Parijs in april 2006 werden de banden

opnieuw aangehaald. In augustus gingen we rond de tafel zitten en in september werd de overeenkomst bezegeld. Alle kantoren migreerden van eind november tot eind december naar het nieuwe Amadeus Selling Platform. Na een korte training kon iedereen aan de slag. Voor een

aantal van onze medewerkers ging het overigens eerder om een opfrissing dan om echt nieuwe materie. We organiseren overigens op geregelde tijdstippen Uniglobe Travel trainingen in het Amadeus Trainingscentrum in Vilvoorde zodat iedereen steeds bij is.

Service à la carte

“We misten een stuk productondersteuning”, gaat Joeri verder. “En dat is precies wat ons zo aanspreekt bij Amadeus. Naast geavanceerde tools en technologie vinden we bij Amadeus ook de know-how en het technische vernuft om maatoplossingen voor te stellen. Bij Amadeus worden we continu op de hoogte gehouden van de nieuwste oplossingen of ontwikkelingen die op korte of middellange termijn op de markt zullen worden gebracht. Het maakt het plannen eenvoudiger en we kunnen korter op de bal spelen. Zo ontwikkelde Amadeus specifiek voor

Uniglobe Travel een PNR devider die de PNR's van de verschillende kantoren naar een bepaalde queue van een specifiek kantoor doorstuurt waarop vervolgens de diverse kwaliteitscontroles worden toegepast. Het werken met uniforme systemen drukt niet alleen de werkingskosten en de nood aan uitgebreide interne kennis, maar verhoogt tegelijk onze koopkracht als groep. Al onze kantoren draaien nu onder Amadeus en dat scheelt een slok op de borrel. Ook de eigen Uniglobe Travel applicaties met betrekking tot onder meer prijszetting en kwaliteitscontroles werden vlot in het Amadeus systeem geïntegreerd.”

Winnaars wedstrijd NS Internationaal en NMBS

O.I.M in België :

Katia Pussenier *(niet aanwezig voor de foto)*

Uniglobe Merk Travel in Nederland:

Noeska Vermaat



Noeska Vermaat

KLM kiest voor het Altéa reserveringssysteem van Amadeus



Vorig jaar september sloot KLM een overeenkomst af met Amadeus voor het overhevelen van alle directe verkoop- en reserveringsactiviteiten van Corda, het KLM-huissysteem, naar het Altéa reserveringssysteem van Amadeus. In de nacht van 31 maart op 1 april van dit jaar migreerden niet alleen alle KLM-systemen, maar ook die van de partners Martinair en Kenya Airways, succesvol naar het nieuwe platform. Een unicum. Een gesprek met Rob Westerman, director distribution strategy KLM.

“Om precies te zijn werd er een soort van distributieschil rondom ons eigen Corda inventory systeem gebouwd,” valt Rob met de deur in huis. “Op die manier kunnen alle KLM-kantoren via Altéa wereldwijd tickets verkopen. Tegelijk werd een softwareplatform geïmplementeerd dat de toegang tot de KLM-inventory voor reisbureaus via hun GDS-systeem regelt.

Als gevolg van deze migratie en de inherente verbeterde onderlinge afstemming en uitwisseling van gegevens, kunnen de verschillende maatschappijen van de Air France-KLM groep zowel hun rechtstreekse klanten als de reisagenten beter bedienen. Dankzij het gemeenschappelijke Altéa reserveringsplatform is de fare

combinability tussen de tarieven van KLM en die van Air France nog beter ondersteund zodat het voor de reisagent nog eenvoudiger is om die naar zijn klanten toe te verkopen.”

De wereld is aan de onliners

“Het staat als een paal boven water dat naar de toekomst toe meer en meer stoelen via online kanalen zullen worden verkocht” gaat Rob verder. “Dat heeft uiteraard een impact op

snellheden van systemen, op integriteit van data ... en behoeft het ontwikkelen van tools die voorkomen dat systemen mogelijk vertragen of zelfs vastlopen omwille van de grote vraag. De virtuele weergave van de mogelijkheden van een airline stemmen daarbij niet altijd voor 100% overeen met de werkelijkheid. Amadeus slaat bijvoorbeeld op een aantal momenten op de dag een hoeveelheid KLM-stoelen in het systeem op waarmee agenten via Master Pricer werken. Wanneer die tijdelijke beschikbaarheid voor een echte boeking wordt aangesproken, zou het wel eens kunnen dat die stoel al verkocht is. De geloofwaardigheid van de agent en ook die van de betrokken airline staan hier ter discussie. Tools zoals Master Pricer moeten uiteindelijk in een realtime oplossing voorzien die de risico's inherent aan de grote informatiestromen op de systemen en de inherente financiële gevolgen op de juiste manier weten te managen. En dat is waar we samen met Amadeus nu aan werken. We hopen dan ook dat het distributieplatform Altéa ons binnen de kortste termijn de beste oplossing kan bieden. Daar hebben meteen alle 150 airlines die op het Amadeus Altéa platform zitten profijt van.”

Concreet

“Het is een publiek geheim dat we er naar streven om minstens 40% van ons volume online te verkopen”, vertrouwt Rob ons



toe. “Dat betekent dat nog steeds 60% van de tickets via de GDS-providers en de reisagenten worden verkocht. Zowel de GDS-provider als de reisagenten blijven een commercieel belangrijke rol in de distributie spelen. Een aantal voorbeelden van hun belang: het wereldwijde bereik in markten waar een airline een te klein aandeel heeft of de neutraliteit die de reisagent via de GDS-provider over de diverse producten naar de klant toe kan aangeven of de regelgeving binnen bepaalde corporate accounts die door travel policies worden gedicteerd ...”

Aandachtspunten

“In het licht van het e-enablement van het boekingsproces (e-tickets, e-betalingen, online sales, ...) zijn we de mening toegedaan,” vervolgt Rob, “dat de airlines zich wat kritischer mogen opstellen wat betreft het distributieproces in zijn geheel. E-enablement luidt ook een veel kortere time-to-market in voor de producten. Je merkt dat mensen veel later boeken. Een aantal van die e-elementen zullen in de relatie tussen de agent en de airline in de toekomst wellicht een belangrijke rol spelen. Wij stellen bijvoorbeeld onze full content beschikbaar aan de reisagent. Daar zitten ook onze goedkoopste tarieven in. Voor een prikje vlieg je zo van punt A naar B. Boekbaar bij de reisagent, boekbaar op de KLM-website. KLM vraagt wel boter bij de vis. Je kunt de vlucht niet meer veranderen. We zouden die tariefsoorten op gelijke manier zien behandeld worden op het moment dat een reisbureau zo’n tarief verkoopt. Reisbureaus kunnen op dit moment nog te flexibel omspringen met het boekings- en/of betalingsproces. En dat zou o.i. niet moeten kunnen.”

“En nog een punt dat ons na aan het hart ligt” merkt Rob op. “We stellen vast dat airlines, op via een GDS-systeem geboekt ticket, nog steeds segmenten worden aangerekend die geen inkomsten opleveren. De zogenaamde unproductive segmenten. In de Benelux is voor de KLM dit fenomeen aanzienlijk teruggedrongen. We attenderen de agent er echter graag op om zich te houden aan de door de GDS en

de airline opgegeven instructies over hoe om te gaan met het boekingsproces teneinde dat soort van inefficiënties te voorkomen. Sinds 2003 wisten we, mede door betere communicatie met de reisagent, samenwerking met onder meer Amadeus en het professionalisme van de reisbureaus in de Benelux, de totale kosten als gevolg van inefficiënties met 7% terug te dringen. We zitten op de goede weg, maar moeten attent blijven.”

“Een laatste punt, besluit Rob, “is de “revenue integrity” van de in het distributieproces uitgegeven

tickets. Ook dat proces zullen we verder professionaliseren en continu met de reisagenten in discussie blijven over het juist weergeven van onze tarieven op het ticket dat zij verkopen.”



KLM-wedstrijd

KLM schenkt twee x twee tickets met bestemming Europa vanuit Amsterdam of Brussel aan een reisagent die het correcte antwoord weet op onderstaande vragen. Verstuur of fax de antwoordbon voor 31 augustus naar Amadeus Benelux en misschien beslist een onschuldige hand wel dat jij samen met je partner je koffers pakt.

KLM-prijsvraag 1:

Op welke datum migreerde het KLM Corda huissysteem naar het Altéa reserveringssysteem van Amadeus?

KLM-prijsvraag 2:

Wat is de grootste uitdaging voor de online verkoop voor een airline met betrekking tot beschikbaarheid?

Persoonlijke gegevens

Naam:

Voornaam:

Adres reisbureau:

Postcode: Plaats:

Naam reisbureau:

Terugsturen voor 31 augustus aan:
Amadeus Benelux – Medialaan 30/1 – B-1800 Vilvoorde – Fax: +32 (0)2 460 03 84

Amadeus zet hotels in de kijker

Naar analogie met Air bouwde Amadeus de Hotel module nu uit tot een krachtig en rendabel instrument.



Voortaan boek je een hotel even snel en makkelijk als een vlucht. Meer dan 75.000 hotels, 3.500 onafhankelijke verblijven en 244 hotelketens kunnen in 186 landen worden geboekt.

En, uiteraard prijken alle populaire stadsbestemmingen op het lijstje. Over precies een jaar moet het aanbod overigens zijn uitgebreid tot 80.000 accommodaties. In de Hotel module vind je realtime informatie over prijzen en beschikbaarheid netjes onderverdeeld in 5 verschillende kamertypes en 12 tarieftypes.

Je krijgt ook alle mogelijke content en beeldmateriaal aangereikt om jouw klanten precies te informeren. Zo kan een hotel – met zijn aantrekkelijke commissievergoeding - tot 60%* sneller dan per telefoon of boeking op website worden geboekt. Voor extra informatie en een online snel- of mastercursus "Hotel" kun je terecht op: www.benelux.amadeus.com/hotelspromo

* Studie van Dr. Fried and Partner

Wist je dat ...

- > Amadeus onlangs in Londen verkozen werd tot "Best Travel Technology Provider"?
- > Je voor 174 luchtvaartmaatschappijen in Amadeus een e-ticket kunt uitgeven?
- > In februari het percentage afgegeven e-tickets in Nederland 85% en in België zelfs 86% bedroeg?
- > KLM recent naar het Altéa Reservation Platform van Amadeus is gemigreerd?
- > Je in Amadeus 52 Low Cost Carriers kunt boeken?
- > 16,2% van alle reserveringen in Amadeus online worden gemaakt?
- > 70 hotelketens meewerken aan het "Best Available Rates" programma, waarmee je in Amadeus de scherpste kamerprijzen vindt?
- > Het aantal hotels in Amadeus in 2006 met 20% is gestegen tot 72.500? En vandaag zelfs boven 75.000?
- > Je al 319.155 foto's van hotels in ons Hotel product kunt bekijken?
- > Je een demo van Amadeus Service Fee Manager kunt vinden op www.amadeus.com/amadeus/media/amadeus_sfm?
- > Het Amadeus FareXpert Filing Platform een unieke oplossing biedt voor het realtime laden van alle specifieke contracttarieven?
- > Amadeus Master Pricer onlangs is uitgebreid met een Kalenderoptie, die inzonderheid werd ontwikkeld voor reizigers met flexibele reisdata?
- > Amadeus in Europa met 300 miljoen Euro de grootste investeerder is in productonderzoek en ontwikkelingen voor de reisindustrie?
- > Je via de oranje "smiley" tab  in het Amadeus Selling Platform op de hoogte wordt gehouden van alle belangrijke Amadeus productinformatie?
- > Een onafhankelijk onderzoek onder reisagenten heeft uitgewezen dat Amadeus absoluut leider is en blijft op het gebied van juistheid en betrouwbaarheid van tarieven?

Verantwoordelijke uitgever:
Amadeus Benelux – Luc Pannecoeck
Mediaalaan 30 – 1800 Vilvoorde
tel. : +32 2 257 99 11 – info@benelux.amadeus.com

Conceptie en realisatie :
De Visu Digital Document Design
Eugène Demolderlaan 24 – 1030 Brussel
www.devisu.com – info@devisu.com

amadeus
Your technology partner

Redactie :
Springael & Bruyneel bvba

www.benelux.amadeus.com