

Magazin

Travel Agents Newsletter



Follow the ball!
Nova globalna kampanja
Amadeusa - Aspiration

PAGE 3

Amadeus Selling Platform 6.1 -
velika unapredjenja uskoro i kod nas

PAGE 4

Amadeus Tour Broker –
novi proizvod na tržištu

PAGE 5

CheckMyTrip za
mobilne telefone

PAGE 6



U fokusu

Amadeus širi portfolio proizvoda za agencije

Iako ovaj broj Amadeus Magazina izlazi u jeku sezone, kada je većina vas u potpunosti zauzeta tekućim obavezama, uveren sam da ćemo sa novinama predstavljени u njemu doprineti da se bar na kratko vreme odvojite od tekućih obaveza i saznate šta vas novo čeka od septembra meseca. Pored novih proizvoda koje smo prezentovali tokom Sajma turizma kao što su e-Power, Local Insurance Solution, Remote Ticketing, koji već pridobijaju prve korisnike i na našem tržištu i «Amadeusova jesen» će takodje obilovati brojnim novinama. Tu je pre svega najnovija Amadeus Selling Platform-a 6.1, koja je ujedno i najsveobuhvatnija verzija do sada predstavljena. Obogaćena potpuno novim grafičkim okruženjem za rezervaciju rent-a-car-a, Amadeus Cars Plus platformom, omogućiće da se i ovaj, do sada pomalo zapostavljeni segment poslovanja, potpuno približi našim putničkim agencijama. Pored toga u novu verziju ASP 6.1 integrisan će biti i proizvod Amadeus Activities & Entertainment koji ste imali prilike da testirate, takodje na Sajmu turizma, a koji vam donosi brojne dodatne sadržaje na preko 400 destinacija širom sveta koje možete ponuditi vašim putnicima. I u sferi pretraživača najpovoljnijih cena, uskoro ćemo vas obradovati i sa veću da je i All Fares spreman za tržište Srbije i Crne Gore, a preko njega ćete moći da pretražujete ne samo Amadeusovu bazu već i sadržaje van nje. Pored toga, kao što smo već najavili svima dobro poznati Amadeus Value Pricer biće zamenjen novim, naprednijim rešenjem Amadeus Master Pricer Expert-om do kraja godine. Unapredjenja će doći i u oblasti prodaje low cost kompanija koje ćete moći da rezervišete direktno iz njihovog inventory-a, u realnom vremenu, preko Amadeus Ticketless Access-a.

Kao vaš tehnološki partner u svim oblastima turističkog posredovanja, ovoga leta smo obogatili i leisure segment novim proizvodom Amadeus Tour Broker, koji u kombinaciji sa Amadeus Tours Suite-om, omogućava agencijama da konsoliduju svoju prodajnu mrežu i udruženi nastupaju prema inostranim turoperatorima.

Nova i unapredjena rešenja i proizvodi koje vam Amadeus konstantno isporučuje rezultat su kontinuiranog investiranja i usavršavanja. Sve to uz maksimalnu posvećenost korisnicima sistema, predstavlja imperativ i suštinu Amadeusovog poslovanja i tera nas da budemo «Pametniji, smeliji i bolji», što su ključne poruke nove korporativne kampanje – Aspiration.

Odlični rezultati poslovanja

Dvocifren rast drugu godinu zaredom, osnovni je pokazatelj uspeha Amadeusovog poslovanja, prema izveštaju za prvi kvartal ove godine.

Stabilan dvocifreni rast ostvaren je i u sektoru distribucije i u sektoru IT rešenja.

Prihod od distribucije porastao je za 12,4 posto dok je prihod u oblasti air rezervacija preko turističkih agencija porastao za 9.6 posto. Ovakav rast omogućilo je pre svega to što su osvojena nova tržišta na Bliskom istoku, u Africi i regionu CESE. Time je Amadeus ne samo zadržao nego i ojačao svoju poziciju lidera u rezervacijama preko turističkih agencija i dostigao 37 posto učešća u ovoj oblasti na globalnom tržištu.

U prihodima od IT rešenja zabeležen je rast od 17,9 posto a tri migracije koje su ostvarene u ovom periodu potvrđuju da se i u ovom segmentu ostvaruje kontinuiran i stabilan rast.

Altea obara rekorde

Altea, najvažniji Amadeusov IT proizvod za avio-kompanije preko koga prevozioci upravljaju svim procesima vezanim za putnike, od prezentacije ukupne ponude do check-in-a, beleži sve izraženiji uspon na globalnom tržištu. Amadeus je u maju ove godine objavio da je od početka 2009. na Alteu migrirao 31 prevozioc i da je u istom periodu, posredstvom kompanija koje koriste Alteu, u svetu ukrcano 23 posto više putnika nego prethodne godine - ukupno 238 miliona ili 11 posto od ukupnog putničkog saobraćaja u svetu. U Amadeusu ističu da dalji razvoj i implementacija Alteinih modula ostaje jedan od strateških prioriteta kompanije i u 2010. godini.

Poljski LOT koji koristi Amadeusov rezervacioni sistem od 2003. godine, u martu ove godine je postao trinaesti član Star alijanse koji je prihvatio i Amadeusov Altea inventory modul, odnosno Amadeusovu zajedničku platformu za Star alijansu (Star Alliance Common IT Platform -CITP).

Amadeus Altéa Inventory je u komercijalnom smislu najbitniji deo Altea Suite-a jer se



Ohrabruje nas rast u industriji putovanja u celom svetu i po obimu saobraćaja i po broju rezervacija. To je najbolji dokaz da se industrija putovanja oporavlja i da je, samim tim jak indikator našeg daljeg potencijalnog rasta.

David Jones,
President & CEO of Amadeus



preko njega avio-prevoziocima omogućuje da primenjuju najsavremenije i najnaprednije tehnike u upravljanju prihodima, da u hodu poboljšavaju red letenja i da pritom znatno brže i efikasnije predstavljaju nove proizvode globalnom tržištu.

Sigurnu budućnost u industriji putovanja Altei ne obećava samo činjenica da je 77 posto prevozioca-korisnika prešlo na Alteine module za rezervacije i inventory, nego i to da je do sada već 22 svetska prevozioca usvojilo i poslednji modul Altée - Departure Control System (DCS), koji je lansiran 2007. godine.

Novi globalni standardi za dodatne usluge

Već do kraja ove godine agencije će mnogo lakše moći da prodaju “pakete” usluga koje avio-kompanije nude uz svoje letove jer je veliki broj globalnih lidera u industriji putovanja postigao dogovor o razvoju jedinstvenih tehnoloških standarda u ovoj oblasti.



Polovinom maja u Njujorku je postignut dogovor koji će mnogo značiti za dalji razvoj globalne industrije putovanja - svetski lideri u oblasti travel managementa i online agencija, vodeći GDS-ovi i najveće avio-kompanije složile su se oko razvoja zajedničkih tehnoloških standarda. Ovim standardima će se omogućiti da se razne dodatne usluge koje avio-kompanije i agencije nude svojim putnicima bez teškoća razgledaju, rezervišu, prodaju, plaćaju i prikazuju u izveštajima kroz sve raspoložive kanale prodaje. Novi standardi obuhvataju i rešenja koja će agencijama pomoći da se sistematski

snalaze u moru kompleksnih ponuda koje im avio-kompanije stavljaju na raspolaganje. Agencije, koje kroz neposredni kontakt s korisnicima najbolje znaju koje kombinacije dodatnih povoljnosti putnici najčešće kupuju, biće izvor podataka za stvaranje novih paketa. Uz pomoć novih standarda, aviokompanije će brzo moći da reaguju i ponude tržištu upravo ono što putnici traže. Poslednjih godina avio-kompanije su tržištu ponudile veliki broj paketa dodatnih usluga koje idu uz prevoz kako bi privukle putnike i razlikovale se od drugih. Novi tehnološki standardi omogućiće agencijama da predstavljaju detaljan prikaz strukture cene putovanja i tako daju veći izbor u ponudi. Primena novih standarda preko GDS-ova očekuje se već do kraja ove godine.



Amadeus Selling Platform 6.1 - suštinske novine za agencije

Upravo lansirana verzija 6.1 Amadeus Selling Platforme najavljena je kao veliki korak napred po broju novina koje nudi i po rešenjima za olakšavanje rada u putničkim agencijama.

Razvoj Amadeus Selling Platform-e je, kako je rečeno na press konferenciji, od strateške važnosti za kompaniju i nova verzija je kreirana tako da i Amadeusu i agencijama obezbedi nedostižnu prednost u odnosu na konkurenciju.

Nova verzija Amadeus Selling Platforme, pre svega, nastavlja usavršavanje prezentacije i prodaje višestrukih sadržaja umesto samo sedišta u avionu, a dosledno je sprovedeno opredeljenje da su svi sadržaji koji se mogu rezervisati prikazani na jednom ekranu. Značajan prostor dat je dodatnim ponudama avio-kompanija, koje se posebno naplaćuju.

Velika unapredjenja data su i za prodaju hotela, a posebno rent-a-car-a kroz novu aplikaciju Amadeus Cars Plus.

S obzirom na velike prednosti nove verzije u odnosu na prethodne, Amadeus Selling Platform verzija 6.1 biće od 01. septembra instalirana i u agencijama na našem tržištu. (Opširnije na str. 4 -5)

Brighter, Bolder, Better

Krajem aprila Amadeus je lansirao svoju novu globalnu kampanju za podsticanje prepoznatljivosti kvaliteta Amadeus brenda, pod nazivom “Aspiration”.

Kampanja se oslanja na tri elementa ka kojima kompanija teži (Brighter, Bolder,



Better) a svaki element vizuelno je predstavljen loptom posebne boje. Suštinu kampanje objasnio je Ian Wheeler, potpredsednik Amadeusa za marketing i distribuciju:

Amadeus je kompanija svetskog ranga koja teži ka tome da stvori najbolja tehnološka rešenja za uspešno poslovanje korisnika. Danas naša kompanija učestvuje u svakom segmentu u lancu putovanja, a naši ljudi rade i saradjuju jedni s drugima i s klijentima širom sveta na ostvarenju poslovnih ciljeva. Naš uspeh bazira se na napornom radu i stalnom usavršavanju. I zato, gledajući u budućnost, mi želimo da pokažemo svoje težnje da budemo još pametniji, još smeliji i još bolji u svemu što radimo. Te svoje težnje oživelili smo u našoj novoj kampanji koju smo nazvali Aspiration. Nova kampanja je deo strategije predstavljanja Amadeus brenda koja je postavljena za period od 2006. do 2011. sa ciljem da istakne lidersku poziciju Amadeusa u industriji putovanja i kvalitet odnosa sa klijentima. Istovremeno, ona treba da animira investitore i svim zaposlenima udahne novu energiju. Interakcija u tim težnjama ka poboljšalju naglašena je sloganom “Sledi loptu” (Follow the ball.)

Verzija 6.1 na našem tržištu

Po preporuci Amadeusa, a u skladu sa planom lansiranja novih verzija Amadeus Selling Platforme, i na našem tržištu će nova verzija 6.1 početi da se implementira već od 01. septembra. Kako se radi o do sada najsveobuhvatnijoj verziji koja donosi nove alatke i značajna unapredjenja u radu agenata, pripreme za lansiranje ASP 6.1 već su u toku.



Sama implementacija će teći po unapred odredjenom redosledu, a agencije će biti rasporedjene u grupe, od po 10 – 15 agencija dnevno. Plan je da celokupno tržište Srbije i Crne Gore migrira na Amadeus Selling Platform 6.1 već do kraja oktobra. Svaka agencija će nekoliko dana pre migracije biti obavestena o terminu kada će ih kontaktirati Amadeusova tehnička podrška i izvršiti migraciju.

U skladu sa planom lansiranja nove Selling Platforme, Amadeus je pripremio brojne akcije kojima želi da približi agentima sve novine koje ova verzija donosi.

U sklopu nove Amadeus Selling Platform 6.1 verzije, Amadeus je najavio i lansiranje veoma interesantnog proizvoda – **Amadeus Activities & Entertainment**. Novi sadržaj koji donosi ovaj proizvod odnosi se na mogućnost rezervisanja ulaznica i karata za koncerte, pozorišta, spektakle, utakmice, ture razgledanja gradova, izlete, transfere u preko 400 gradova širom sveta.

Activities&Entertainment će se pojaviti kao nova ikonica u okviru Amadeus Selling Platform-e (isto kao Amadeus Hotels Store ikonica) i moći će da se koristi bez ikakve dodatne obuke i posebnih ugovora.



Amadeus Selling Platforma 6.1 kao ključ uspeha

Lansiranje verzije 6.1, s obzirom na brojne novine, pratila je velika pažnja globalne javnosti Amadeus korisnika te je, tim povodom, Pascale Caron, Senior Manager, Front Office and e-Commerce Distribution Product Management, dala intervju u kojem je objasnila značaj ovog proizvoda i za korisnike i za sam Amadeus. Prenosimo delove tog intervjua.

Na početku, recite nam kako Amadeus sagledava globalno okruženje u industriji putovanja i kako se Amadeus Selling Platforma u to uklapa?

Turističke agencije su izložene sve većoj konkurenciji od online kanala prodaje i od direktnih kanala prodaje. Da bi ostale konkurentne one moraju da se na tržištu pozicioniraju vrhunskom uslugom i tako obezbede lojalnost putnika. To znači da agencije moraju da transformišu svoje usluge od jednostavnih rezervacija jednog sadržaja i korišćenja jednog kanala prodaje, u prodavanje (retail) svih sadržaja vezanih za putovanja, uz korišćenje raznovrsnih sadržaja, velikog broja kanala i vrhunske tehnologije. Da bi mogli da se razvijaju u ovom pravcu, agentima je neophodna Amadeus Selling Platform-a, a verzija 6.1 je dodatno fino podešena da ispuni sve njihove zahteve u tom pravcu.



Šta je bio motiv za lansiranje verzije 6.1?

Stalno podvlačimo da je Amadeus Selling Platform-a strateški proizvod Amadeusa u koji se kontinuirano mnogo ulaže. Za Amadeus, verzija 6.1 je realizacija dugoročnog plana da kompanija poveća prihod od korišćenja ovog proizvoda i da ga učini nedostižnim za konkurenciju.

Kako ide implementacija proizvoda u svetu?

Verzija 6.1 je imala najviši stepen sinhronizacije u implementaciji od svih verzija do sada. Pre devet meseci formirano je posebno telo za sprovođenje implementacije širom sveta i zahvaljujući njemu regionu su dobili mogućnost da primene najbolje savete vrhunskih Amadeusovih stručnjaka. Čak 40 ACO-a je pomoglo da se validira puštanje ove verzije u aprilu. Sva iskustva su razmenjivana preko posebnog bloga.

Koje su ključne prednosti ove verzije?

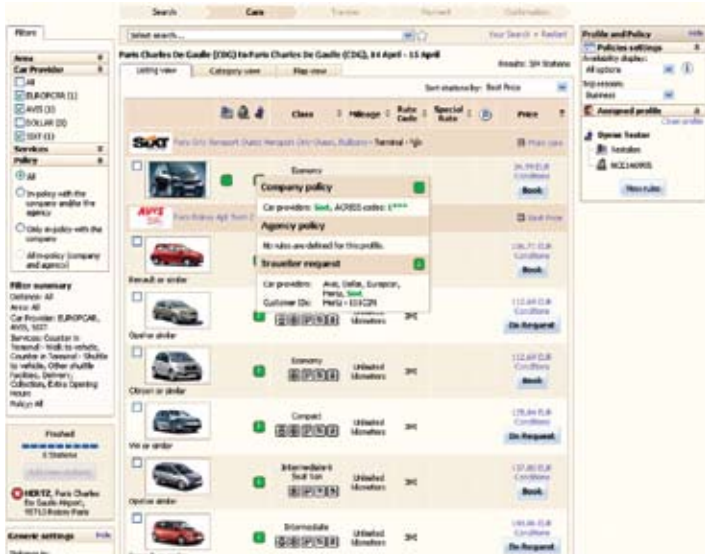
Poboljšanja su uvedena u svim segmentima. Hotels Plus i Amadeus Travel Preferences Manager su integrisani u korisnički interfejs. Cars Plus je aplikacija potpuno oslonjena na web i od verzije 6.1 biće sastavni deo Amadeus Selling Platform-e.

Poseban trud uložen je u podsticanje prodaje dodatnih usluga avio-prevoznika, koje se posebno plaćaju. Verzija 6.1 opremljena je da prihvati čitav katalog naplativih usluga koje avio-kompanije nude svojim putnicima i da omogući njihovu neposrednu prodaju preko agencija. To su usluge kao, na primer, korišćenje aerodromskog salona, dodatni prtljag itd. Lista takvih usluga dostupna je agentu uz svaki let, kao i cene tih usluga. All Fares je sad prerastao u jedinstvenu aplikaciju za kupovinu usluga vezanih za let sa čitavom lepezom novih mogućnosti kojima se dopunjava postojeća ponuda (GDS low fare pretraga sa opcionim kalendarom, mogućnost zahtevanja kompleksnog itinerera ili opciona pretraga non GDS tarifa).

Da napomenem da je u verziju 6.1 integrisan i program MassiveGood koji omogućuje da se potpuno automatizuje prikupljanje unapred definisanih mini donacija za humanitarne svrhe.

Cars Plus - nikad lakše do rent-a-car-a

Agencije-korisnici verzije 6.1 moći će uskoro da koriste i novu aplikaciju za rent-a-car, Cars Plus, koja unosi veliki broj poboljšanja i novih opcija za pretraživanje. Uz pomoć ove aplikacije biće, na primer, moguće tražiti ponude rent-a-car-a u okolini date adrese, izlistavanje više ponuda radi poredjenja, traženje odgovarajuće ponude prema podacima iz customer profile-a ili po kriterijumima kompanijske politike. Na raspolaganju je i multimedijalna podrška u slikama, mapama itd.



Odmah po lansiranju početkom juna, Cars Plus je, prema analizi Amadeusa, veoma dobro primljen na tržištima širom sveta. Sami korisnici kažu da je Cars Plus aplikacija koja će u velikoj meri podstaći prodaju rent-a-car-a jer, s jedne

strane, pruža izuzetno lak pristup svim opcijama, a s druge veliki broj mogućih izbora. Primera radi, Marion Fuhrmann, Office Manager u Pforzheimer Reisebuero-u, Lufthansa City Center ocenila je Cars Plus ovim rečima:

- Rezervisanje rent -a-car-a je sada jako jednostavno i uvek možemo da nadjemo ono što klijent želi. Mogućnost uporedjivanja ponuda osigurava nam da svojim putnicima uvek damo najpovoljnije

rešenje.

Novom aplikacijom zadovoljni su i provajderi rent-a-car usluga jer im je više nego ikad do sada omogućeno da istaknu svoj brend tj. sve



specifičnosti svoje ponude, kako sa aspekta lokacije i samih automobila, tako i preko predstavljanja svih detalja ponude. Mogućnost da se putniku prikažu komparativne ponude više provajdera po navedenim kriterijumima jedan je od atributa aplikacije koja će agentima ulivati više puzdanja u radu sa rentiranjem automobila, a putnike učiniti lojalnim korisnicima usluga agencije. Pored user friendly interfejsa i intuitivnog pristupa procesu rezervacije automobila, agentima će posebno odgovarati i to što se iz Cars Plusa podaci o rezervacijama nose direktno u PNR.

Cars Plus je, kao i Hotels Plus integrisan u Amadeus Selling Platform-u 6.1.



Model poslovanja je takav da "glavna" agencija, koja ima odredjeni status i prava prodaje jednog tour operatora, daje pristup i mogućnost prodaje usluga tog istog tour operatora svojoj subagentskoj agenciji i na taj način vrši ulogu konsolidatora tours bukinga. Agencija koja se u ovom slučaju pojavljuje kao subagent ima potpuni pregled i kontrolu nad svojim rezervacijama. Tour Broker je idealan proizvod za više manjih agencija koje udruženim snagama prikupljaju i konsoliduju svoje bukinge u segmentu leisure putovanja i na taj način stižu određene pogodnosti kod tour operatora i, tako udruženi, imaju mogućnost da prodaju pakete više različitih provajdera. Isto tako ovaj proizvod je namenjen i tour operatorima koji žele da u jednom delu pojednostave

Amadeus Tour Broker – novi proizvod na tržištu

Pored dobro poznatog Amadeus Tours Suite-a, preko koga je agencijama omogućena prodaja paketa preko 160 svetskih tour operatora, Amadeus je ovog leta predstavio novi proizvod koji dolazi iz iste "porodice" Tours proizvoda. Reč je o Amadeus Tour Brokeru, kompletnetarnom proizvodu Tours Suite-u, preko koga dve ili više agencija, koje se nalaze u partnerskom odnosu, imaju mogućnost da prodaju pakete odabranog tour operatora, ali sa različitim nivoom pristupa.

proces distribucije svojih proizvoda i koncentrišu se na veće agencije, kao i da prošire svoju prodajnu mrežu. Amadeus Tour Broker je veoma fleksibilan u smislu da jedna agencija subagent može saradivati sa nekoliko različitih "glavnih" agencija, preko kojih joj je omogućena prodaja usluga različitih tour operatora. Isto tako, jedna agencija se može naći u statusu "glavne" agencije kod jednog provajdera-tour operatora, a može biti subagent kod drugog provajdera-tour operatora. Tu je i treća situacija u kojoj "glavna" agencija može imati različite subagente za svakog od tour operatora kod kojih je u ulozi konsolidatora. Sam proizvod se veoma lako implementira i koristi, potrebno je samo da agencija ima instaliran standardni Tours Suite modul.

Pored toga, ovaj proizvod pruža potpunu transparentnost ostvarenih rezervacija i sa strane subagenta i sa strane "glavne" agencije. Za administratorski modul, preko koga se mogu kontrolisati prava pristupa od strane "glavne" agencije i statistički modul, preko koga i "glavna" agenciji i subagenti mogu imati pregled svojih rezervacija, potreban je samo pristup Internetu. Amadeus Tour Broker uveden je u skladu sa potrebama jednog od vodećih tour operatora koji posluje na našem tržištu, i koji se opredelio da na ovaj način proširi mrežu prodavaca svojih usluga. Njegova primena može doneti značajne koristi mnogim, po obimu poslovanja manjim agencijama, koje na ovaj način konsoliduju svoje bukinge i nastupaju zajedno na tržištu leisure putovanja.

CheckMyTrip-a za mobilne telefone

Amadeus je krajem marta lansirao novu verziju CheckMyTrip-a za mobilne telefone. Platforma je bazirana na webu i omogućava putnicima da, putem Internet veze preko svog mobilnog telefona, u svakom trenutku dobiju uvid u najažurnije informacije vezane za njihov plan putovanja. Slične aplikacije za Facebook, iPhone i Blackberry su u pilot fazi, a Amadeus najavljuje da su u pripremi i dodatne aplikacije za ovu vrstu pomoći putnicima.

Lansiranje CheckMyTrip-a za mobilne telefone predstavlja samo prvi deo razvoja CheckMyTrip platforme (<http://www.checkmytrip.com>) preko koje se omogućava poslovnim i leisure putnicima da imaju uvid u najažurnije informacije vezane za njihovo putovanje, uključujući promene ili otkaze letova, hotelske rezervacije, lokalno vreme itd. Kao deo strateškog plana da se unaprede funkcionalnosti CheckMyTrip-a, Amadeus je najavio lansiranje i sledećih usluga:

- CheckMyTrip aplikacija za Facebook koja omogućava svima koji imaju Facebook nalog da instaliraju aplikaciju za preuzimanje informacija o putovanjima koja su rezervisana preko Amadeus sistema i deljenje tih informacija sa svojim prijateljima i porodicom.
- CheckMyTrip za Blackberry®- platforma je u probnoj fazi i preko nje Amadeus

predstavlja CheckMyTrip aplikaciju za popularni smartphone.

- CheckMyTrip za iPhone - u pilot fazi je i proizvod koji će omogućiti korisnicima da preuzmu i instaliraju aplikaciju na iPhone-u i tako dobiju pregled svog plana putovanja, dostupnog iz Apple's App Store-a. Povodom predstavljanja svih ovih aplikacija, Ian Wheeler, potpredsednik Amadeusa za marketing i distribuciju, naglasio je da je CheckMyTrip portfolio koji se konstantno dopunjuje najnovijim razvojnim projektima, sa ciljem da se omoguće dodatne usluge za avio-kompanije i putničke agencije. Amadeus će nastaviti - rekao je on - razvoj proizvoda za mobilne uređaje, na osnovama Amadeusove "mobilne" strategije koja je lansirana prošlog leta predstavljanjem čitavog paketa alati namenjenog poslovnim putnicima.



Kako bi pristupili aplikaciji CheckMyTrip za mobilne telefone, korisnici moraju imati mobilni telefon koji podržava Internet i šifru Amadeusove rezervacije. Putnici ukucavaju www.checkmytrip.com u svoj mobilni browser, a zatim upisuju šifru Amadeus rezervacije i prezime. Kada ubace ove podatke, na ekranu dobijaju kompletan plan putovanja u okviru te šifre rezervacije.

Kako preživeti u hotelijerskom poslu

U želji da anticipira promene na tržištu i na vreme kreira strategiju za opstanak i prosperitet, Amadeus se pozabavio stanjem u hotelskoj industriji. Rezultati najnovijeg istraživanja koji su objavljeni u studiji pod naslovom "Kreiraj budućnost" poručuju hotelijerima da je upravo ova, 2010. godina kritična za prilagodjavanje velikim promenama i to u četiri ključne oblasti.



Prva od ključnih oblasti je **odnos između gosta i hotela**, koji postaje sve kompleksniji kako raste znanje i iskustvo putnika. Preporuka je da se na zadovoljstvo putnika može uticati poboljšanjem hotelskog prisustva na web-u, sa više personalizovanim pristupom svakom putniku i mogućnošću rezervisanja dodatnih usluga unapred. Tu je i poboljšanje sistema zabave u sobama koje će učiniti da se gost oseća kao da je kod kuće, kao i unapredjenje telefonskih sistema na Internet protokole i omogućavanje brzih Internet konekcija. **Globalizacija**, kao druga ključna oblast, takodje se odvija u novom pravcu. Inicijative koje mogu pokrenuti hotelijeri kako bi uklopili svoje poslovanje na novim tržištima trebalo bi da idu u pravcu prilagodjavanja lokalnim potrebama. To podrazumeva, na primer, prikazivanje sadržaja hotelskog web site-a na jeziku koji putnik sam odabere, podršku na lokalnom jeziku i mogućnost chat-a ili interaktivne pomoći putnicima, takodje na lokalnom jeziku. Pitanje **vrednosti brenda** obuhvata detaljno globalno praćenje i analizu svih hotelskih

aktivnosti. Veoma je važna usredsredjenost na kontrolu nad bazom podataka, što uključuje upravljanje cenama i kanalima prodaje, razumevanje cena konkurencije, troškova svakog od kanala i produktivnosti istih. Takodje je važno obezbediti potpun i trenutni pristup ažurnoj bazi podataka.

Brzina reagovanja i prilagodljivost zahtevima tržišta je četvrta ključna oblast u kojoj su hotelski brendovi ispitivali preciznost svojih tehnoloških sistema. Zaključeno je da ovi sistemi, da bi na pravi način odgovorili zahtevima tržišta, moraju biti fleksibilni i brzi, jer će samo one hotelske grupe koje budu imale mogućnost da brzo reaguju na promene, imati uspeha u poslovanju. Pitanje pravih tehnoloških rešenja koja hoteli koriste, provlači se kroz sve izazove sa kojima će se hotelijeri susresti u budućem periodu. U skladu sa tim Amadeus se fokusira na isporučivanje tehnoloških rešenja za hotele koja će na najbolji način uticati na vrednost brenda u svim globalnim operacijama, i pružiti podršku u širenju poslovanja.

Tips & Tricks

Naučite da radite brže, lakše, efikasnije. Neka tehnologija bude i vaš najveći saveznik.

Podsećamo vas da kod prajsovanja PNR-a morate da obratite pažnju na upozorenja koja vam sistem daje. Ticket Stock Restriction je jedno od najčešćih.

Primer

```

SELLING PLATFORM
Window Config Help
Command page
ET ER RT IG W TGT M SD UN QT GB OH QI QJ QL AP ARB FAX NE SW TTP
MFAW PGR PGE PFA PFB PFC
RP/BSGLAD90/BSGLAD90
BSGLAD90/2309M/2JUN12
1.ALEKSIĆ/VEADAN NR
1 JU 420 K 26JUN 6 BSGLAD90 MLL 1545 Z 1615 1875 *LA/R*
2 JU 421 K 03JUL 6 BSGLAD90 MLL 1915 T 1945 2020 *LA/R*
3 AD 345 61588
4 TK 0802JUN/BSGLAD90
>Exp
F2P
ALEKSIĆ/VEADA*
LAST TKT DTM 05JUN12 - SEE ADV PURCHASE
-----
AL FLOW ER T DATE TIME FARE BASIS NVA NVA 80
BEG 0420 K K 26JUN 1615 KATZ 20
BEG 0421 K K 03JUL 1945 KATZ 20
EUL 99.00 26JUN12BEG JU 1967.42JU 0807.62NDC134.98
RSD 10201 RSD 8080.734131
RSD 3132VQ XT RSD 34040 RSD 155578
RSD 170082
RSD 15955T
RSD 18648
RATE USED 1800*100.00050820
FAREY STOCK RESTRICTION
PRICED WITH VALIDATING CARRIER JU - REPRICE IF DIFFERENT VC
TICKETS ARE NON REFUNDABLE BEFORE DEPARTURE
PAGE 2 / 3
  
```

Agent ima obavezu i odgovornost da proveriti notu i vidi kakav je stock restriction u pitanju.

```

SELLING PLATFORM
Window Config Help
Command page
ET ER RT IG W TGT M SD UN QT GB OH QI QJ QL AP ARB FAX
MFAW PGR
PQNL-1*BR.
1 - RSGR P1 ADT RULES DISPLAY
FARE COMPONENT 1 ADT BSGLAD JU KATZ FU 1 B
PCL: KATZ TRF: 21 RULE: JU07 ER: K
PEC: ADT-ADULT PEC: XDE-BUSER/BSGL INPT PURCHASE
SALES RESTRICT
TICKETS MUST BE ISSUED ON THE STOCK OF JU .
EXTENSION OF TICKET VALIDITY IS NOT PERMITTED.
NOTE -
SALES RESTRICTIONS/SEQUENTIAL USE OF FLIGHT
COUPONS OTHER CONDITIONS
FULL AND SEQUENTIAL USE OF FLIGHT COUPONS-
THE TICKET IS NOT VALID IF THE FIRST COUPON HAS
NOT BEEN USED AND WILL NOT BE HONOURED IF ALL THE
COUPONS ARE NOT USED IN THE SEQUENCE PROVIDED IN
THE TICKET.
PAGE 1 / 1
  
```

Nepoštovanje sales restrikcije koja se nalazi u fare noti je greška agenta koji izdaje kartu i samim tim isključuje mogućnost reklamacije (Claim-a) u slučaju da avio kompanija isporuči ADM.

transHotel® Promene kontakta

Obaveštavamo vas da je došlo do promene kontakta regionalne kancelarije Transhotela, koja se nalazi u Zagrebu.

E-mail adresa: seeurope@transhotel.com

Broj telefona regionalne kancelarije : 00385 1 465 0593 i 00385 1 465 0220

Broj call centra: 00385 1 777 6159

* * * * *

Korišćenje nove /LOW opcije uz Hotel Availability ulaz omogućava traženje najnižih raspoloživih cena hotela.

HANCE12DEC/LOW

* * * * *

Kada u PNR-u imate više putnika i treba da stornirate jednog nije potrebno da radite SPLIT tog putnika – to se može rešiti storniranjem Name elementa XEn (n je broj name elementa).



Nepoštovanje Ticket time limita

Skrećemo vam pažnju na važnu informaciju koju smo dobili od Amadeus Central Customer Support Team-a, a njen cilj je smanjenje broja ADM-ova koje avio-kompanije ispostavljaju agencijama za nepoštovanje Ticket time limita i Advance purchase pravila kod printanja elektronskih karata. Avio kompanije sve više obraćaju pažnju i kontrolišu datum kada su segmenti u PNR-u originalno kreirani i kod odredjivanja Ticket time limit-a uzimaju u obzir originalni datum knjiženja u PNR-u.

Da bi agencija izbegla dobijanje ADM-a, agent ne sme da stornira i knjiži ponovo iste segmente u PNR-u u cilju ponovnog dobijanja željene tarife.

Preporuka Amadeusa je da se stornira PNR i kreira novi, umesto da se radi obnavljanje tarife i na taj način zaobidju ticketing restrikcije.

Amadeus neće biti odgovoran za ADM čiji je razlog ispostavljanja storniranje i ponovno knjiženje istih segmenata u PNR-u.

Poštovanje ovog pravila pomoći će vam da izbegnete nepotrebne toškove u svom poslovanju.

Novi način plaćanja preko Amadeus Hotel Store-a

Kako bi odgovorio na zahteve agenata za pojednostavljenim načinom plaćanja hotela, Amadeus je u saradnji sa Transhotelima uveo novi način plaćanja u Amadeus Hotel Store-u. Pored već standardnih načina plaćanja kreditnom karticom agencije ili putnika, uvedena je opcija plaćanja putem bankarskog transfera novca



direktno na račun Transhotela u Madridu. Prilikom pravljenja rezervacije hotela kroz Amadeus Hotel Store na koraku broj 2 sistem daje mogućnost izbora opcije plaćanja, gde se može odabrati opcija plaćanja putem bankarskog transfera. U sledećem koraku dobijaju se instrukcije za uplatu.

Ukoliko plaćanje ne bude izvršeno u predviđenom roku, agencija će primiti e-mail kao podsetnik za plaćanje 96 sati pre datuma koji je označen na fakturi kao krajnji rok za uplatu. Ukoliko se ne izvrši plaćanje do tog datuma, rezervacija će biti stornirana.

Nakon izvršene uplate putem bankarskog transfera, preporuka je da agencija pošalje faxom ili e-mailom kopiju izvršene uplate (swift) predstavništvu Transhotela u Zagrebu.

Letnje akcije Transhotela u okviru Amadeus Hotels Store-a

Početak letnje sezone Transhoteli su objavili novu letnju akciju pod nazivom "Operacija leto". U okviru ove akcije, agencije, korisnici Amadeus Hotel Store-a, imaju mogućnost rezervisanja preko 10 000 različitih vrsta smeštaja (hotela, apartmana, bungalova) širom sveta sa veoma popularnom cenom od 10 eura po osobi za noć.

Pored ove povoljnosti Transhoteli daju i posebne ponude kao što su "deca borave besplatno", besplatna noćenja i još mnogo

toga u hotelima na atraktivnim letnjim turističkim destinacijama.

Transhoteli su se obavezali da pruže agencijama najpovoljnije uslove prilikom rezervisanja hotela i za to ostvare najbolju proviziju.

SurPrize! - akcija Transhotela

Pored već pomenutih pogodnosti prilikom rezervisanja Transhotela preko Amadeus Hotel Store-a, ovog leta pokrenuta je nova SurPrize akcija koja nudi hotele od 3, 4 i 5 zvezdica po neverovatno niskim cenama. SurPrize akcija nudi hotele u više od 20 gradova širom sveta, a omogućava korisniku-gostu da rezerviše hotel odabrane kategorije u izabranoj destinaciji ali bez imena hotela. Dva dana pre prijave gosta u hotel, turistička agencija će primiti obaveštenje o imenu hotela u kojem je rezervacija potvrđena.

Hoteli iz SurPrize ponude se mogu stornirati na dan dolaska bez storno penala. Svi hoteli koji su ponudjeni u okviru SurPrize akcije označeni su žutom ikonicom. **SurPrize!**

Spisak Amadeus kurseva do kraja godine

Septembar

Amadeus Introductory - 07. 09. - 09.09.

Amadeus Functionality - 13. 09. - 17. 09.

Amadeus Ticketing &

Virtual MCO - 23. 09.- 24. 09.

Oktobar

Amadeus Functionality

(Crna Gora) - 04. 10.- 09. 10.

Amadeus Introductory - 12. 10.- 14. 10.

Amadeus Functionality - 18. 10. - 22. 10.

Novembar

Amadeus Introductory - 17. 11. - 19. 11.

Amadeus Functionality - 22. 11. - 26. 11.

Decembar

Amadeus Ticketing &

Virtual MCO - 02. 12.- 03. 12.

Amadeus Introductory - 07. 12. - 09. 12.

Amadeus Functionality - 13. 12. - 17. 12.

In next issue:

- > Pripreme za prelazak na Amadeus Selling Platform 6.1
- > Activities&Entertainment u agencijama
- > Novi proizvodi na našem tržištu