

I gestionali pronti per il b2c

Le software house del turismo spiegano come si siano adattate a network e web booking

Di ieri il passaggio dalle aride schermate di dos alle grafiche più accattivanti, di oggi l'adeguamento al web booking e la concentrazione dei gestionali del turismo sulle aree strategiche della distribuzione, i network ed il business travel. Anche se il self booking tool, cioè la facoltà di dare alle aziende clienti direttamente le chiavi dei sistemi di prenotazione (e serrature limitate), non funziona se proposto dall'agenzia di viaggi, dunque i gds ora lo portano direttamente in casa delle società che fanno viaggiare i propri dipendenti, il traffico d'affari resta l'esercizio nobilitante della professione e le software house rispondono alle richieste della distribuzione che vuole programmi informatici specifici.

La trasformazione dei software

Come cambia la tecnologia per fare i conti in agenzia? Negli ultimi due anni le maison informatiche che controllano il settore hanno ridisegnato completamente i software, arricchendoli via via di moduli sempre più mirati a soddisfare le molte anomalie del comparto. Che non può dirsi un settore facilmente standardizzabile, come dirà più avanti Axio-ma. Soprattutto hanno "aperto"

gli applicativi, li hanno trasformati per farli parlare con il mondo esterno, necessità che Internet ha imposto senza troppi giri di parole. Non di rado si troverà il prefisso "open" davanti al nome del programma. Tra coloro che non si occupano solo di turismo c'è l'avvento di **Zucchetti** con un prodotto

per il tour operating. Degli storici non manca nessuno all'appello e tra le novità Siap, che ha riscritto in Java il suo Atlante. Poi si segnala la nascita di nuovi attori che vanno ad animare la schiera. Risultato: almeno una decina di aziende che vanno alla distribuzione e alla produzione a vendere programmi. Abbiamo interpellato le sei principali, la new entry **Travel Software** ed una premiata ditta per creatività (**MasterTravel**), che della tecnologia dovrebbe essere il primo chip. In questa prima parte ecco quattro aziende con le loro novità, il seguito sul nr.1087.

La maggiore età

Aves compie diciotto anni e ha rilasciato in febbraio una nuova versione che permette di sfruttare con maggior vigore l'integrazione del ge-

stionale con gli strumenti di windows. Sono 2500 gli agenti di viaggi che utilizzano il software di **Datagest**, di cui risulta avere accolto particolare favore l'interfaccia

tour operator, che oltre a

semplificare l'iter di prenotazione, permette ora la cattura immediata della pratica, evitando il doppio inserimento dei dati sul gestionale. Aves è, dunque, utilizzato **da 150 tour operator e da 350 agenzie di viaggi**.

L'attuale trend di vendite porterà la società ad acquisire almeno 100 nuovi clienti nel 2006. Lo sviluppo più importante riguarda la versione totalmente grafica di Aves, che vedrà la luce nel 2007.

Una novità arriva anche in collaborazione con **Trenitalia**. Con la diffusione di Sipax Plus ora è possibile ottenere una cattura dati più completa dei biglietti ferroviari, compatibile con le esigenze del business travel. I tour operator seguono con interesse il modulo che consente di veicolare le promozioni via web, che rappresenta un ulteriore tassello del web booking.

La nuova versione permette di confrontare tipologie diverse di servizi e di pacchetti e di chiudere la prenotazione riducendo il numero dei passaggi. Inoltre i t.o. possono modificare gli allotamenti direttamente dal web.

"Oggi c'è anche la possibilità di caricare e modificare i listini direttamente in Microsoft Excel, evitando un doppio caricamento. - spiega Michele Rombaldoni, vicepresidente della software house pesarese - .

di Paola Baldacci

premesse .

Credo industriale

Dylog è nata acquisendo la società informatica di Alpitour, intorno al 1992, per dare vita a Voyager, che dal 2003 si chiama Openvoyager, completamente basato su standard Windows.

Lo utilizzano **300 agenzie di viaggi per mille600 clienti attivi** (considerando anche Voyager), tra cui il network Travel Company, mentre il giro d'affari di *Dylog Turismo* è di **2 milioni di euro** (+3%), considerando però anche alberghi e ristoranti per cui la software house realizza in tutto quattro applicativi.

Complessivamente **Dylog Italia** possiede 15mila aziende clienti, di cui 2mila-475 tra hotel e ristoranti, il

turismo è la terza fonte di reddito. Il "credo" di **Dylog** è industriale e se lo si provoca con la filosofia che il turismo è ancora una piccola industria e che ha bisogno di partner tecnologici artigianali, **Franco Varetto, direttore sviluppo**, risponde che "non è necessario essere ex agenti di viaggi per scrivere un programma che gestisca un'agenzia, metà della Dylog - circa 150 persone - sono dedicate alla programmazione, se poi emergono peculiarità come l'Iva 74ter o quella di una imposta per il settore dell'autotrasporto di cui ci occupiamo, la base comune di programmazione è la stessa. Abbiamo 6mila studi di commercialisti nostri clienti, credo che le problematiche fiscali passino prima di qui. La prontezza con cui riusciamo ad intervenire per modifiche importanti ai programmi, come si sono verificati ad esempio

con il cambio valuta in Eu-

ropa o il passaggio dell'anno 2000".

Dylog ha scelto il suo raggio d'azione: l'agenzia di viaggi e nel 2006 si aspetta di aumentare il fatturato del 3,5%, dunque la smania di web booking piuttosto che web selling non le genera incertezza. "Siamo alla finestra per quanto riguarda l'argomento, fino ad oggi le agenzie non hanno manifestato alcuna fretta per essere presenti sul web, però hanno voluto un software pronto, cioè aperto. Lo stesso comportamento degli alberghieri, cui si è presentata la medesima opportunità qualche anno fa", spiega Varetto.

Tra le novità della società un servizio di teleassistenza, con intervento del tecnico da una postazione remota per procedere sul pc dell'agenzia. Tra le funzionalità di Openvoyager l'integrazione con l'archiviazione dei documenti cartacei scannerizzati (la legge lo impone per quelli fiscali, *n.d.r.*), un modulo per tour organizer di front e back office.

Sarà pronto per l'anno prossimo, invece, un modulo per i tour operator incoming. Quanto alle personalizzazioni del software, la casa madre rimanda alla rete di 700 rivenditori su tutto il territorio nazionale. ■

In questo articolo si parla di:

Axioma
Datagest

Dylog
Siap

I numeri

1.600

Le agenzie di viaggi che utilizzano i gestionali di Siap, che realizza così 3,3 milioni di fatturato. La società di Cuneo ha rivisto tutto il programma

500

Tour operator e adv informatizzate con Aves, il programma di Datagest che nel 2006 si attende altri 100 nuovi clienti grazie alle strategie di marketing

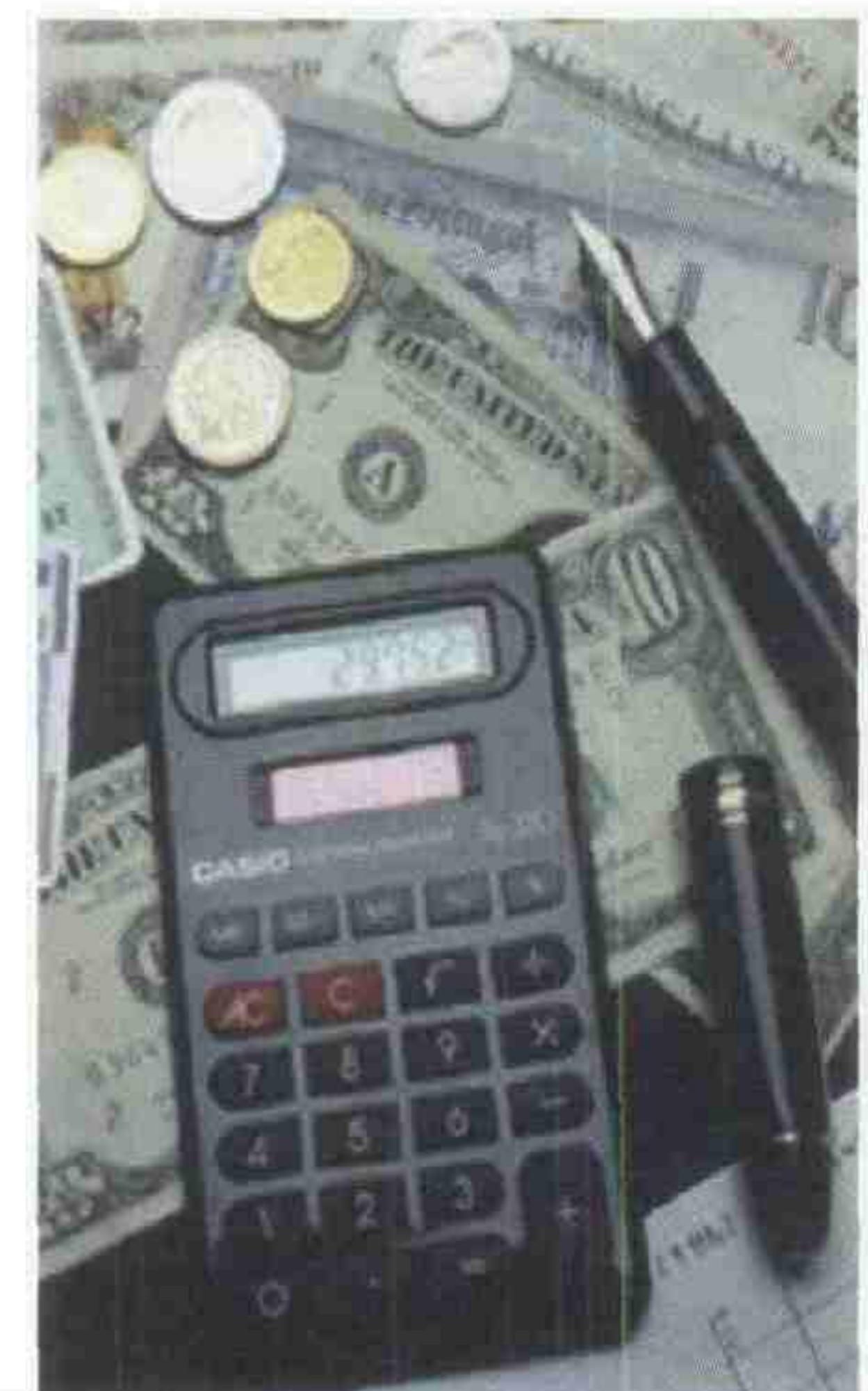
30 + 30

Network e t.o. gestiti dal software gestionale di Axioma, che quindi realizza 2 milioni di euro dal turismo, settore non strategico per la maison

300

Agenzie

hanno optato per Voyager ed Open-voyager di Dylog che quindi conteggia 1.600 clienti attivi nel turismo. Per 2 milioni di euro



DATAGEST srl
softwarehouse

AXIOMA

dylog center

Siap