



# La Business Intelligence che aumenta fatturati e redditività

Una piattaforma semplice, alla portata di tutte le strutture, che consente un controllo costante degli andamenti, mette in relazione i dati dei diversi sistemi e suggerisce ed applica le azioni strategiche

➡ Annarita Maggi

Oggi, grazie all'evoluzione del settore alberghiero e degli strumenti tecnologici a supporto della vendita delle camere on line, il management di un hotel può avere accesso ad una grande quantità di dati utili a comprendere come muoversi sul mercato: raccolta prenotazioni, occupazione delle camere, tariffe dei concorrenti. Ma quali sono le scelte giuste da fare, ora, in questo preciso momento?

Da questa esigenza, nasce FOX, la piattaforma di Business Intelligence di Blastness, utilizzata già da più di 100 strutture italiane: un insieme di moduli e funzionalità che aiutano a prendere le giuste decisioni. «FOX nasce da una nostra esigenza di integrare ed elaborare continuamente i dati delle varie strutture, sparse sul territorio nazionale, che ci hanno scelto come partner per il monitoraggio delle

performance e per il supporto alle strategie», spiega **Andrea Delfini**, Presidente di Blastness. «Era necessario uno strumento semplice, veloce che permettesse di vedere, sintetizzati e rielaborati, tutti i dati presenti in diversi sistemi. Immaginate di avere un cruscotto all'interno del quale si trovano aggregati i dati di CRS (il Central Reservation System con cui l'albergo distribuisce le tariffe e le disponibilità nei canali on-line), PMS (Property Management System, il software gestionale come Opera, Protel...), Rate Checker (che mostra le tariffe applicate dal set dei concorrenti), Log del sito, il tutto in un'unica soluzione, una dashboard in grado di fornire istantaneamente, a chi gesti-

Andrea Delfini, Presidente di Blastness

CESARE SALVADEO



sce la struttura, tutti i numeri chiave per scegliere, ad esempio, la tariffa giusta. La nostra esperienza pluriennale nel settore ci ha visto in prima linea operativamente insieme al management degli hotel partner, consentendoci sperimentazioni e misurazioni su casi reali: da qui nascono i moduli di FOX che si sono successivamente sviluppati in un percorso di continuo perfezionamento».

### Dal mondo aereo al mondo degli hotel

«Il mondo del trasporto aereo è sicuramente all'avanguardia nel campo del revenue management. Quello che ho imparato negli anni trascorsi in Alitalia è che lo stesso dato, analizzato ed elaborato in modo avanzato, può fornire informazioni diverse e più complete, e che la quantità e la qualità delle informazioni di cui si dispone sono le principali fonti di vantaggio competitivo in questo campo», spiega **Piergiorgio Schirru**, ex Revenue Manager e Responsabile del Reporting e Forecasting per Alitalia, e ora VP Ricerca e Sviluppo del Gruppo Blastness. «Ad esempio, tutti gli hotel possiedono il dato sull'occupazione per una certa data: quel dato assume un'importanza diversa se siamo in grado di sapere con quale velocità l'occupazione si è generata negli anni passati e se possiamo comparare quest'ultima a quella nell'anno in corso. In questo modo, il cambio di velocità di composizione dell'occupazione diventa un elemento che può guidare le strategie



tariffarie». Ecco alcuni dettagli sulla piattaforma FOX.

**Piergiorgio Schirru,**  
VP Ricerca e Sviluppo  
del Gruppo Blastness

### Reportistica automatizzata da CRS e da PMS

Il "cuore" di FOX è un *data center* di raccolta ed elaborazione dei dati che produce diversi report: dal "Daily Report" che analizza le variazioni giornaliere delle prenotazioni di tutti i segmenti, allo



The screenshot displays the FOX Blastness Intelligence interface. At the top, there's a header with the FOX logo and the text 'BLASTNESS INTELLIGENCE'. Below this, a navigation bar includes a 'DETAILLO MENSILE' button. The main area is a complex data table with multiple columns, likely representing different metrics over time. The table is color-coded with green, red, and yellow cells, indicating performance levels. There are also some smaller charts or indicators integrated into the table's layout.

“Snapshot” che mostra la velocità presente e passata dell’occupazione, passando per il Rate Checker che identifica il posizionamento tariffario rispetto ai competitor e il “Logbook” che analizza il comportamento dei clienti sul sito in fase di prenotazione. Completano il panorama il Pickup, che monitora l’andamento quotidiano delle vendite per i singoli operatori, per singoli prodotti e per canali di prenotazione, i report sulla provenienza geografica delle prenotazioni per canale di vendita e gli strumenti che consentono l’implementazione da parte dell’hotel di analisi personalizzate e molto specifiche (ad esempio la vendita per tipologia di camera per singolo canale in un determinato mese).

### Un Revenue Management System semplice che “suggerisce” le decisioni

«Abbiamo progettato il Revenue Management System di FOX con il preciso obiettivo di fornire un supporto per le scelte quotidiane di politica tariffaria e la loro applicazione, senza voler sostituire completamente la capacità dell’uomo di capire e governare il proprio business», aggiunge Piergiorgio Schirru. «In Fox è possibile impostare delle regole che controllino se le tariffe in vigore sono in linea con l’andamento del mercato e dell’occupazione: sulla base di queste regole, il sistema, monitorando costantemente le variazioni dei dati, propone dei “suggerimenti tariffari” che il manager può decidere di applicare o di non tenere in considerazione, anche solo momentaneamente. Questa è la modalità che noi definiamo “semi-automatica” e che riteniamo la più efficace. Quello che abbiamo evitato è rendere FOX uno strumento troppo complesso da utilizzare nel lavoro quoti-

diano, e a tal senso mi piace citare, stavolta in negativo, il mondo del trasporto aereo. I sistemi di Revenue Management che usavamo in Alitalia facevano calcoli complessi sui dati storici per stimare la domanda e quindi il posizionamento di prezzo. Tuttavia, a causa della dinamicità, dovuta allo sviluppo del web, l’analisi storica risultava spesso inaffidabile costringendo noi analisti a impiegare un’enorme quantità di tempo per modificare le previsioni proposte dalla macchina in modo da ottenere il risultato voluto. Ecco perché nello sviluppo di FOX abbiamo ritenuto essenziale includere una funzione di “override” con cui l’uomo possa dire semplicemente alla macchina quale tariffa applicare in un determinato momento, a prescindere dalle regole e dai calcoli del sistema. Se poi il gestore lo ritiene opportuno, il sistema prevede la possibilità che i suggerimenti siano applicati automaticamente».

### Una nuova interazione tra PMS e CRS, questa volta “intelligente”

Un altro aspetto critico della gestione delle strutture, indipendentemente dalla dimensione, è la gestione delle disponibilità: quante camere destinare alla distribuzione elettronica? Quante camere vendere come camera standard? Quante come camera superior? È noto che una scelta sbagliata di questo tipo può portare ad un’occupazione non ottimale dell’hotel o a una non-massimizzazione dei ricavi. Non basta una semplice interfaccia di comunicazione tra PMS e CRS, che, anzi, può essere dannosa se è troppo “rigida” e non tiene conto di numerose variabili esterne di contesto, relative a un preciso momento. L’interfaccia di FOX è “intelligente” e soprattutto gestibile, flessibile e governabile.

### Una torre di controllo per l’analisi degli andamenti e la gestione delle strategie tariffarie

La funzionalità più innovativa di FOX è la sua *dashboard*, un vero e proprio cruscotto on line in cui sono evidenziati i dati sulla performance dell’hotel grazie a grafici interattivi di facile utilizzo. Velocità e immediatezza sembrano essere il motto di Blastness per questo nuovo servizio: è in

realizzazione, infatti, un'applicazione per smartphone, che farà arrivare gli avvisi e i suggerimenti di FOX direttamente sul proprio telefono, in tempo reale.

### Uno strumento per tutti gli hotel

Uno strumento tecnologico così avanzato pochi anni fa sarebbe stato un'esclusiva di poche grandi catene di hotel; oggi, invece, FOX si propone come chiave per il successo anche delle strutture più piccole. FOX è uno strumento semplice da usare,

destinato ai proprietari degli hotel e a chi li gestisce e pensato per strutture di tutte le dimensioni, dai piccoli hotel alle strutture più grandi, da strutture stagionali in destinazioni turistiche a grandi alberghi con vocazione prevalentemente business, da residenze di campagna a catene alberghiere. «Oltre ad avere un costo estremamente accessibile, il ritorno sull'investimento è velocissimo e siamo in grado di garantirlo contrattualmente», afferma Andrea Delfini.

## Testimonianze

# L'opinione degli albergatori

### Aldo Pigni

Algìà Ortigia Charme Hotel - Siracusa

FOX per noi costituisce un grande passo avanti, sia per l'integrazione di dati non presenti nel PMS che per l'automazione del processo decisionale. Per un piccolo albergo, strutturalmente inefficiente in Italia per gli alti costi fissi burocratici e del lavoro, è importante spremere ogni euro possibile dalle poche camere disponibili. Dall'altro lato, per noi non è possibile avere una risorsa dedicata al revenue management che reagisca con tempestività adeguando i prezzi alla domanda. È importante che lo strumento di revenue management sia integrato nel sistema di prenotazione o CRS, perché solo così possiamo integrare i dati delle serie storiche delle vendite con quelli molto più vivi e reattivi delle richieste di disponibilità forniti dal sistema di prenotazione online, che misurano l'interesse che si sta formando per singole date.

### Moira Cataldi

SINA Fine Italian Hotels

Indubbiamente sapere dove stavo lo scorso anno allo stesso giorno, qual è la mia finestra di prenotazione, come sta cambiando l'attitudine di prenotazione e acquisto della clientela nei vari paesi fa la differenza in termini di performance. Non potrei più farne a meno!

### Andrea Fustinoni

Grand Hotel Miramare - Santa Margherita Ligure - Leading Hotels of The World

Abbiamo deciso di affidarci a Blastness, in un momento cruciale per la nostra azienda, causa la perdurante crisi economica, per innovare completamente le nostre strategie di vendita, e poter monitorare giornalmente il nostro posizionamento sul mercato dell'offerta. Oggi mi risulterebbe difficile pensare a una miglior forma di sinergia in grado di garantire una perfetta corrispondenza tra le nostre necessità e un sistema tecnologico avanzato.

### Giacomo Guzzardi

Hotel Capo d'Africa / Hotel Visconti Palace - Roma

Da circa 10 anni siamo in partnership con Blastness per la consulenza nella distribuzione sul web dei nostri due alberghi e per il supporto nell'analisi della reportistica e nell'utilizzo degli strumenti di revenue management. Oggi disponiamo di una completa gamma di report e strumenti che ci consentono di leggere e interpretare le tendenze dei segmenti di mercato e i risultati degli operatori. Con FOX possiamo monitorare quotidianamente la strategia tariffaria, apportando con tempestività eventuali modifiche.

### CLAUDIO DELLI

Why The Best Hotels - Firenze

FOX ci dà un'immediata fotografia della situazione vendite online dei miei alberghi e dei loro competitor, permettendoci di attuare velocemente le misure correttive necessarie.



### **Fabrizio Tagliasacchi**

**Hotel dei Cavalieri - Milano**

*Grazie agli strumenti forniti da Blastness abbiamo costantemente migliorato tutte le nostre performance e, soprattutto, abbiamo iniziato un'azione di disintermediazione del business dai canali classici al nostro sito con notevoli vantaggi economici. Abbiamo scelto Blastness anche per la nuova struttura che apriremo nel 2015 nel centro di Milano.*

### **Marco Sarlo**

**Royal Hotel - Sanremo - Leading Hotels of The World**

Il percorso di innovazione intrapreso negli ultimi anni ha reso necessario una più oculata gestione della redditività imponendoci l'utilizzo di tecniche che fino a pochi anni fa erano impensabili per una realtà locale come la nostra. L'utilizzo dei Decision Support System (DSS) di Blastness consente un controllo integrato di capacità e prezzo contestualmente ad un attento esame delle condizioni di applicabilità come le prenotazioni/vendite anticipate rispetto al consumo, l'esame della domanda variabile e non perfettamente prevedibile o la sua segmentazione. Tutto ciò ci ha permesso di creare forecast attendibili, di prendere decisioni strategiche in base a informazioni precise, aggiornate e significative, ottimizzando la nostra business performance.

### **Giovanni Cher**

**Sogedin Hotels - Veneto**

FOX è un sistema veramente all'avanguardia che va a integrare i sistemi di Business Intelligence di Blastness. In particolare nel mondo web e dei social, settore su cui abbiamo investito molto, il ruolo di Blastness è stato fondamentale: ha istruito il nostro giovane personale nell'utilizzo dei sistemi di reportistica automatizzati. I risultati si sono visti subito: abbiamo ottimizzato le vendite e messo a punto politiche tariffarie più incisive.

### **Luigino Rossi**

**Hotel Britannia - Roma**

Non si può più pensare di fare oggi ospitalità di livello senza l'ausilio della tecnologia. L'Hotel Britannia è una piccola realtà di pregio che sta traendo grandi benefici dalla partnership con Blastness. Oggi disponiamo finalmente di una tecnologia sofisticata nelle capacità ma semplice nell'uso.

### **Giuseppe Mariano**

**Vestas Hotels and Resorts - Lecce**

In un mercato competitivo dove la vendita è sempre più intermediata diventa fondamentale disporre di strumenti come FOX e la reportistica automatizzata da CRS e PMS per poter monitorare in tempo reale le strategie di ottimizzazione dei ricavi. Naturalmente, l'innovazione tecnologica deve essere affiancata da un'analisi corretta e puntuale dei dati che solo la versatilità della mente umana è in grado di produrre.

### **Mario Rastelli**

**Hotel Savoy - Roma**

Ci siamo affidati a Blastness per la distribuzione online, trovando un partner efficiente, flessibile e, cosa niente affatto secondaria, fatto di persone. Nell'insieme è un tool, ma è soprattutto un team che ci permette di massimizzare il revenue, offrendoci quella dinamicità necessaria ad affrontare l'evoluzione continua del mercato.

### **Achille di Carlo**

**Borgo San Felice - Castelnuovo Berardenga - Relais & Chateaux**

Grazie ad una più completa e puntuale analisi dei dati, abbiamo acquisito maggiore consapevolezza sia delle nostre aree di eccellenza che delle nostre criticità. I sistemi di reportistica automatizzata ci permettono di rispondere con maggiore rapidità, efficienza e duttilità a un mercato sempre più complesso.

### **Stefano Agostino**

**Hotel Poseidon - Positano**

La Business Intelligence e la reportistica automatizzata dovrebbero essere per il manager il primo giornale da sfogliare al mattino e l'ultimo da rileggere la sera. Attraverso questi precisi ed istantanei strumenti di informazione, si ottiene una "vision" completa e puntuale delle performance aziendali che potrà essere sfruttata per pianificare strategie d'impatto e a rischio calcolato.

### **Luca Bibolini**

**SavHotel - Hotel Aemilia - Bologna**

L'utilizzo e l'analisi costante degli strumenti di business Intelligence e Reportistica Automatizzata di Blastness sono diventati, nella gestione delle nostre strutture alberghiere, uno strumento importante e vantaggioso per la scelta delle strategie di revenue e marketing.

### **Alessandro Zuin**

**Gardena Hotels - Venezia**

A Venezia la concorrenza è particolarmente agguerrita ed è basilare poter dare risposte immediate al mercato. La semplicità di lettura e la completezza dei dati fanno della reportistica di Blastness un ottimo aiuto quotidiano per pianificare strategie di miglioramento sia dell'occupazione che delle tariffe.