

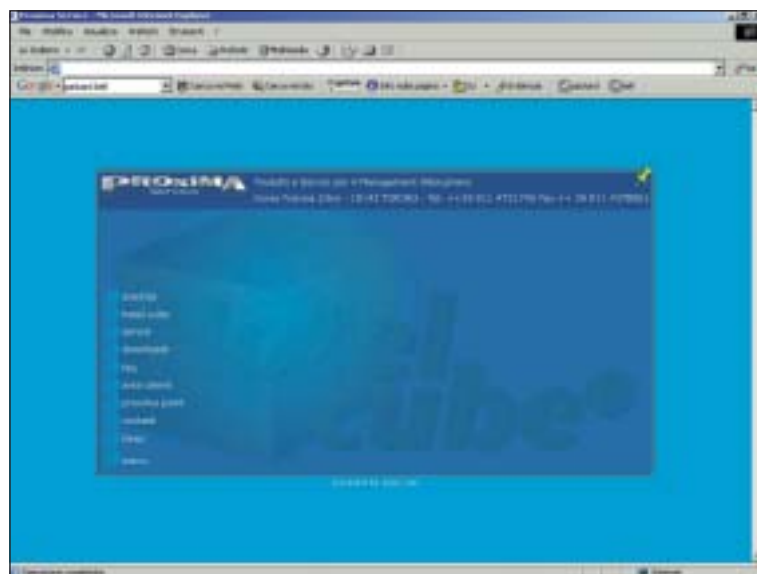
La tecnologia informatica al servizio del cliente dell'albergo

La software house torinese dopo aver risolto, mediante soluzioni specifiche, le problematiche legate alla gestione di un albergo o residence, oggi si propone come il consulente ideale per aiutare l'albergatore a proiettarsi nel mondo per proporre e vendere la sua offerta ricettiva alle migliori condizioni possibili. L'importanza di NetBooking di Hotel Cube per gestire direttamente la propria strategia di vendita e di promozione interfacciandola con i provider o proponendola direttamente al cliente finale dell'albergo

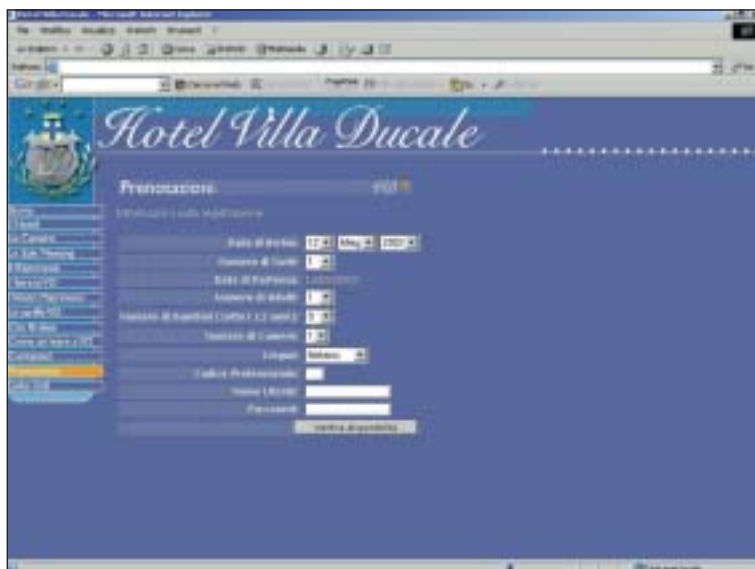


Lo staff di Proxima con, in primo piano da sinistra, Riccardo Di Prima e Lorenzo Navone

L'ingegner Riccardo Di Prima, titolare della Proxima di Torino assieme all'amico e socio Lorenzo Navone (che si occupa della parte commerciale dell'azienda), è ben noto ai lettori di Hotel Domani fin dal primo articolo che gli dedicai nel 1989, pochi mesi dopo aver assunto la direzione della rivista. Nel 1989 l'ingegner Di Prima vantava quasi un decennio di esperienza nell'informatizzazione della gestione degli alberghi. Ha vissuto in prima persona il passaggio dai complessi sistemi informatici basati sulle macchine IBM AS400 all'avvento del personal computer e dei sistemi basati sulla tecnologia Microsoft, assai più versatile e di facile utilizzo. Microsoft è stata anche la protagonista della più grande rivoluzione tecnologica avvenuta negli ultimi 10 anni, l'avvento di Internet. Proxima è conosciuta nel mondo alberghiero con



Il sito di Proxima, www.proximaserv.it



Le videate rappresentano le varie fasi delle prenotazioni: verifica disponibilità e conferma prenotazione

Hotel Cube, uno dei programmi di gestione informatica dell'albergo più completi e affidabili oggi esistenti nel settore. "L'architettura di Hotel Cube, articolata in moduli, consente di affrontare tutte le problematiche di gestione di qualsiasi albergo a seconda delle sue dimensioni e della complessità della struttura ricettiva" esordisce Di Prima nel suo ufficio che si affaccia su corso Francia a Torino. "Il nostro programma risolve qualsiasi problematica riguardante il front office, l'economato, il ristorante, il bar, i meeting, il marketing, il fitness & wellness centre. La nostra esperienza più che ventennale nel mondo alberghiero ci ha permesso di creare un sistema di gestione informatica modulare quanto affidabile e ampiamente testato per tutto ciò che attiene la gestione della vita interna dell'albergo. Il fronte successivo sul quale ci siamo

impegnati, rispondendo a precise richieste dei nostri clienti, è l'interfaccia tra Hotel Cube e il mondo esterno, vale a dire tra la gestione della vita quotidiana dell'albergo e la sua proiezione nel mondo."

Le problematiche in questo caso sono diverse, dalla commercializzazione elettronica al marketing in rete.

"Innanzitutto ci siamo occupati del commercio elettronico. L'albergo che vende le camere in rete deve gestire l'offerta delle sue disponibilità tramite un provider impegnandosi in continuazione a mettere in rete le camere che intende offrire, aprendo e chiudendo le sue disponibilità a seconda delle date, dell'andamento delle prenotazioni e dei prezzi che intende proporre. È un sistema molto complesso che rischia di assorbire non poche energie interne dell'albergo soprattutto quando l'albergo è convenzionato con più provider. È la logica dei GDS e dei CRS con i quali sono collegati i grandi alberghi privati e le catene alberghiere. Con Internet questa logica non solo è diventata ancora più complessa e articolata ma ha coinvolto direttamente anche tutti coloro che prima non disponevano di risorse professionali ed economiche sufficienti per convenzionarsi con un GDS o un CRS. La grande rivoluzione in atto riguarda l'utenza evoluta che prima si affidava solo a un intermediario (l'agenzia di viaggi) per accedere a questi sistemi, oggi invece ha scoperto di poter prenotare anche direttamente tramite Internet. La facilità, la sicurezza e le opportunità offerte dal commercio elettronico stanno rivoluzionando il modo di prenotare l'albergo in Italia e nel mondo. Ciò vale in primo luogo per gli alberghi che hanno clientela estera. Basti pensare per esempio alle problematiche legate ai fusi orari quando il cliente prenota da migliaia di chilometri di distanza a Est o a Ovest rispetto a noi e interroga il nostro sito mentre l'ufficio commerciale è chiuso perché è notte fonda. Con i metodi tradizionali la risposta ai suoi quesiti verrebbe data solo molte ore dopo. Via Internet, il cliente che vuole prenotare non aspetta e in assenza di una conferma immediata ai suoi quesiti si rivolge altrove. Con Internet anche nel nostro settore si afferma sempre più la pulsione all'acquisto immediato anche perché chi utilizza Internet sa già che cosa vuole e quel che cerca è solo il prodotto o il servizio da acquistare."

È vero. In una libreria accade di entrare per curiosare e uscire senza aver comprato nulla. In Internet si cerca quel dato autore o argomento proprio per poterlo acquistare alle migliori condizioni.

“In Hotel Cube abbiamo creato un modulo specifico per risolvere questa esigenza. Si chiama NetBooking. Con NetBooking l'albergatore o il manager alberghiero possono creare tramite filtri delle vere e proprie politiche di vendita. È una fase che precede lo Yield Management. Con netBooking posso proporre pacchetti di promozione che vadano oltre la vendita pura e semplice della camera e creare veri e propri paletti per vendere al meglio le camere in certi momenti della giornata, della settimana o del mese. Il vantaggio di NetBooking è che tale strategia di vendita viene incentrata su Hotel Cube anziché essere delegata al provider che commercializza l'albergo. NetBooking è un web service sviluppato con la tecnologia .net di Microsoft. In questo modo chi prenota dialoga direttamente con Hotel Cube e riceve le risposte in tempo reale. Non riceve solo i prezzi delle camere ma anche eventuali alternative in altri alberghi del gruppo se si tratta di un cluster alberghiero o per altre date se si tratta di una promozione turistica per esempio. Vale per i cluster e le catene come per singoli alberghi. Il concetto di fondo è che il cliente deve poter ricevere sempre una conferma immediata o un'alternativa possibile in tempo reale indipendentemente dalla presenza o meno in albergo in quel momento del caprice o del responsabile commerciale.”

Nulla di peggio di sentirsi dire richiami o di dover aspettare una conferma anche via e-mail. Ci si rivolge altrove. “NetBooking rappresenta così un'interfaccia tra la vendita in Internet e il nostro computer con tutte le sicurezze esistenti per evitare qualsiasi forma di intrusione e per garantire la transazione commerciale. Uno dei filtri possibili può riguardare anche la scelta del manager o dell'albergatore di chiudere le prenotazioni raggiunta una certa soglia per garantire una certa quota di camere al cliente abituale di passaggio. Per molti alberghi potrebbe essere un errore puntare sempre e comunque al 100 per cento delle prenotazioni penalizzando il cliente fedele che frequenta l'albergo tutto l'anno. Si parla per l'appunto di strategia in quanto bisogna saper pianificare le proprie vendite per non penalizzare target di clientela che sono indispensabili per garantire il fatturato complessivo dell'albergo ragionando sull'intero anno di attività. Nello stesso tempo questo sistema consente di riconoscere tramite password agenzie e aziende convenzionate con l'albergo cui abbiamo riservato particolari tariffe e disponibilità. Ciò evita il colloquio telefonico dei funzionari dell'azienda o degli impiegati dell'agenzia con gli addetti del-



Il sito del Gruppo Medea

l'albergo evitando equivoci o ulteriori richieste di sconti per esempio. NetBooking consente di arrivare alla conferma della prenotazione con soli tre clic. La sua facilità d'uso per la clientela è stato un elemento fondamentale nel suo apprezzamento da parte degli albergatori.”

Il commercio elettronico si sta diffondendo in maniera geometrica e nello stesso tempo sta inducendo sempre più persone ad adottare la strategia dell'ultimo momento nella prenotazione, il famoso e per molti albergatori deprecato last minute.

“È una tendenza irreversibile con la quale è necessario fare i conti e coglierne semmai le opportunità. Per gestire il last minute da un lato è necessario disporre di sistemi sicuri e affidabili che gestiscano in maniera automatica le politiche di vendita dell'albergo e che sappiano rispondere in tempo reale 24 ore su 24, 365 giorni l'anno. Ciò consente anche di affrontare il mondo del turismo con strategie assai più articolate che in passato per esempio proponendo pacchetti e tariffe premianti per chi prenota con largo anticipo. Chi utilizza il last minute lo fa a suo rischio e questo rischio compensa il premio di poter trovare tariffe privilegiate dell'ultimo momento; chi prenota con largo anticipo dovrebbe essere premiato all'inverso. È quanto è accaduto nel settore aereo e in quello del largo consumo, ora si sta affermando anche nel mondo alberghiero. Questa fase porta spesso a una logica di Yield Management per la quale abbiamo creato un'interfaccia tra Hotel Cube e specialisti dello Yield come Optimis.”



Un altro cluster con cui Proxima sta lavorando è il Gruppo Medea. Due esempi: il Jolly Hotel di Avellino (a sinistra) e il Relais Castello di Leonina

L'albergatore è costretto a rifare il sito per poter utilizzare NetBooking?

“No. È proprio la tecnologia del web service che consente di ottenere risposte facendo una semplice interrogazione. Il produttore del sito del nostro cliente verrà istruito da noi su come inviarci i dati di richiesta (data arrivo/partenza/numero notti/numero pax ecc.), i quali verranno poi pubblicati su una semplice pagina web. In poche parole l'albergatore non è costretto a rifare il sito ma un semplice collegamento al web service di Hotel Cube.”

La gestione informatica dell'albergo è stata la fase storica nella quale vi siete impegnati fino a proporre un sistema modulare, stabile, efficiente e affidabile come Hotel Cube. Oggi state operando su un altro fronte, quello della consulenza informatica di marketing per i vostri clienti nella logica della tecnologia al servizio del cliente finale dell'albergo.

“Sì. Sempre più albergatori stipulano con noi contratti di consulenza proprio per poter utilizzare la nostra specifica esperienza a partire dal controllo di gestione dell'albergo per poi proiettarsi nel mondo con Internet. L'esperienza che forniamo è quindi duplice: la tecnologia al servizio del controllo di gestione dell'azienda e la tecnologia al servizio delle strategie di vendita e di marketing dell'albergo. L'albergatore è diventato un utente evoluto della tecnologia di gestione e i suoi dipendenti imparano a inserire i dati con estrema facilità grazie ai moduli di autotraining presenti in Hotel Cube; oggi l'albergatore deve diventare un utente evoluto anche dal punto di vista della vendita elettronica per mettersi allo stesso li-

vello della sua clientela informatizzata, che rappresenta un segmento trasversale sempre più ampio e determinante per conseguire il fatturato e i tassi di occupazione prefissati. È il Rev/Par, il fatturato prodotto da ogni singolo cliente in rapporto al miglior tasso di occupazione ottenibile, il criterio fondamentale per giudicare l'andamento positivo dell'attività alberghiera. Ciò che proponiamo all'albergatore è il TCO concreto, il Total Cost of Ownership, vale a dire che il costo per poter gestire lo strumento informatico deve essere certo e limitato nel tempo e legato più che altro agli aggiornamenti del software e a un help desk che oggi costa sempre meno grazie all'affidabilità del sistema. Gli investimenti alberghieri oggi vanno effettuati sul fronte della commercializzazione elettronica e del marketing. Per esempio, grazie alla tecnologia .net di Microsoft proponiamo DDCUBE, Digital Dashboard per Hotel Cube. È un cruscotto creato dall'albergatore che consente di ottenere le più sofisticate statistiche prodotte dal data base di Hotel Cube leggendole via Internet, tramite password, ovunque esso sia, per esempio davanti a un cliente fuori dell'albergo (azienda, agenzia, tour operator) di cui l'albergatore o il suo direttore vogliono conoscere nel dettaglio tutta l'attività generata in albergo. La nostra consulenza ha l'obiettivo strategico di far sì che i nostri clienti siano sempre un passo avanti in termini di competitività rispetto ai loro concorrenti.”

Proxima Service

Tel. 011 4731745 • Fax 011 4378961

Numero verde 800 330066

info@proximaserv.it • www.proximaserv.it