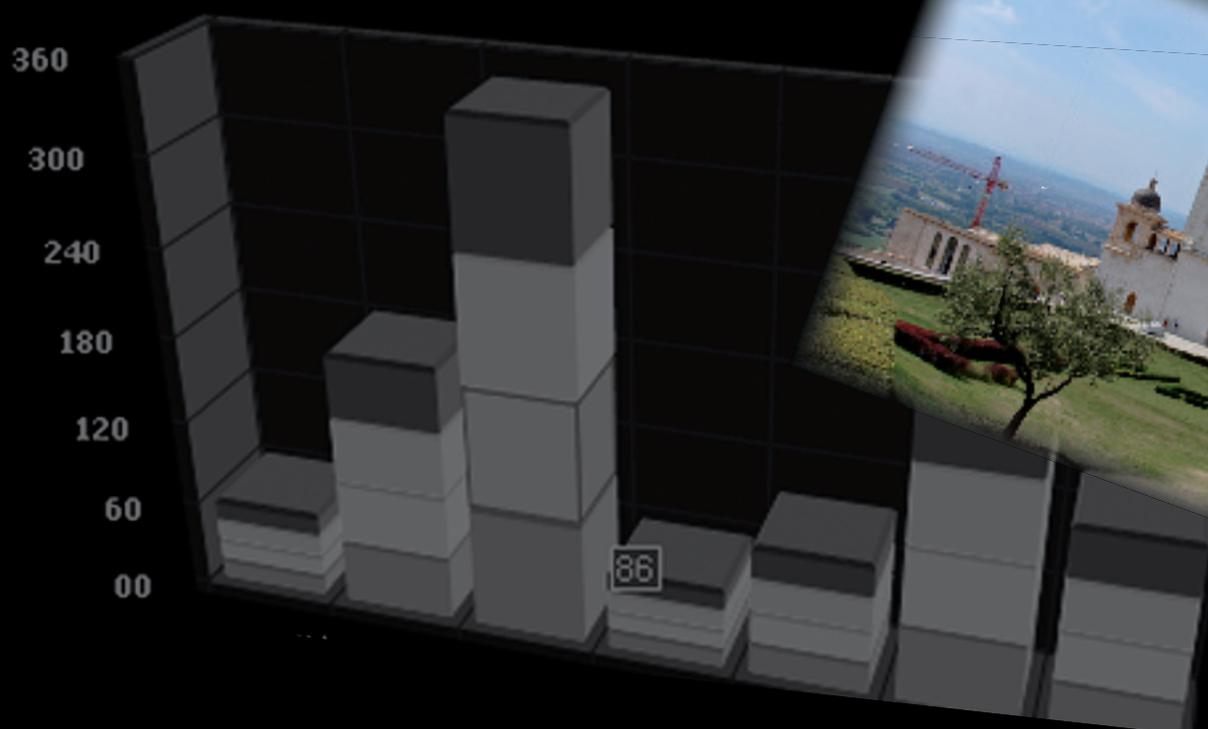


Proxima Service

Una collaborazione strategica con il Centro Studi sul Turismo di Assisi



La software house di Torino e il CST di Assisi hanno stabilito una collaborazione strategica al fine di sviluppare la suite informatica di Proxima Service, HotelCUBE International, e far crescere un'efficace cultura di Marketing nel mondo alberghiero italiano. Microsoft, CST e Proxima Service organizzeranno seminari a Roma e Milano per spiegare concretamente agli albergatori – cluster e hotel indipendenti – vantaggi e opportunità di una gestione finalizzata all'ottimizzazione di politiche di gestione e di commercializzazione legate al Revenue Management

Anna Maria Fonzari

Proxima Service è una software house di Torino specializzata nell'informatica di gestione per gli alberghi. L'ingegner Riccardo Di Prima, titolare dell'azienda, è tra i pionieri del settore e ha realizzato il primo software per alberghi in ambiente Windows di Microsoft agli inizi degli anni Novanta.

“Le principali caratteristiche architettoniche dei PMS più avanzati, pensati innanzitutto per i cluster e le catene alberghiere, sono l'affidabilità, la sicurezza e la protezione dei dati immessi.

Ovviamente ciò favorisce anche il singolo albergo indipendente che avrà a disposizione un software affidabile, sicuro, garantito, efficiente e di facile utilizzo.

Quando, nel 2004, Microsoft ha annunciato l'imminente uscita della nuova tecnologia Enterprise .NET, abbiamo deciso di riscrivere completamente il software HotelCUBE.

Così, con il contributo di alcuni ricercatori dell'Università di Torino che in passato avevano lavorato presso l'Headquarter di Microsoft a Redmond, abbiamo dato inizio al progetto HotelCUBE International.

Grazie all'utilizzo di Enterprise .NET, tecnologia assai più avanzata ed affidabile rispetto alle precedenti, abbiamo potuto realizzare un prodotto innovativo, basato su web service, che ha partecipato ai test per la certificazione di Microsoft per Windows Vista, ottenuta nel Maggio 2007.

L'architettura informatica di HotelCUBE International, il cui database è SQL 2005 ed è integrato con Office System 2007, si rivolge innanzitutto ai cluster alberghieri distribuiti anche sul territorio internazionale e agli alberghi indipendenti, che in Italia rappresentano circa il 95 per cento del mercato.

Ma la tecnologia non rappresentava il nostro traguardo, bensì il punto di partenza. Ritenevamo necessario che il nostro software contenesse anche funzionalità innovative dal punto di vista della promozione e della commercializzazione del prodotto turistico e alberghiero. Funzionalità che coprissero anche l'area del Budgeting e del Revenue Management.

Sono oltre vent'anni che informatizziamo alberghi, lavorando in prima linea a stret-



Da sinistra, il professor Paolo Desinano, ricercatore del CST, l'ingegner Riccardo Di Prima e l'ingegner Claudio Ricci, sindaco di Assisi

to contatto con gli albergatori, ma per questo progetto abbiamo sentito la necessità di avvalerci anche della consulenza di un organismo come il Centro Studi sul Turismo di Assisi al fine di inserire nella nostra suite informatica anche i risultati e le metodiche di un organismo di ricerca specializzato nel turismo.

La sfida maggiore, volendo proporci soprattutto al mondo degli alberghi indipendenti e dei cluster, è stata quella di inserire funzionalità analitiche, tipiche delle catene alberghiere internazionali, ma rendendole user friendly, così che potessero essere impiegate anche in alberghi che non hanno a disposizione uffici commerciali di livello paragonabile a quelli delle maggiori catene alberghiere internazionali.

Per il CST la sfida è stata quella di riuscire a trasformare gli approcci teorici in applicazioni alla portata dei gruppi alberghieri e dei singoli albergatori cui intendiamo rivolgerci.

Con il loro contributo abbiamo sviluppato le funzioni di segmentazione della clientela, attribuzione “profili” di business, di previsione (forecast) utilizzando, per esempio, i metodi del pick up (semplice e avanzato) e di ottimizzazione degli scenari di vendita, affinché il revenue manager possa pianificare le azioni più opportune.

In altre parole, i dati storici delle prenotazioni forniscono indicazioni certe sul passato e possono essere estrapolati in maniera automatica e trasformati in “statistiche” utili per effettuare previsioni.

In base ai metodi di pick up (ormai larga-

mente diffusi) il revenue manager ha gli strumenti necessari per creare una strategia delle tariffe e delle promozioni che migliori in maniera significativa i risultati relativi ai tassi di occupazione, agli incassi medi per camera e per cliente e che, in definitiva, contribuisca ad incrementare il fatturato complessivo.

La base strutturale per poter creare una simile strategia dinamica è il database di HotelCUBE International che raccoglie tutti i dati significativi dell'attività dell'albergo e li elabora per restituirli sia sotto forma di analisi di Budget (il fatturato) che di previsione per creare una politica seria e affidabile di revenue (i prezzi).

Naturalmente, per poter rendere immediatamente usufruibili le funzioni di revenue inserite in HotelCUBE International, abbiamo studiato procedure di esportazione dei dati storici dalle principali applicazioni oggi presenti sul mercato.

La collaborazione con il Centro Studi sul Turismo di Assisi, iniziata nel Gennaio 2007, non si è conclusa con la mera realizzazione delle funzionalità descritte, ma ha dato origine a una collaborazione organica. In futuro, per esempio, estenderemo le nostre analisi nell'ambito dell'area Marketing, oggi volutamente trascurata, perché riteniamo sia necessaria una strategia per piccoli passi affinché i nostri interlocutori – i cluster e gli albergatori indipendenti – possano assimilare per gradi ciò che proponiamo e si rendano conto delle grandi potenzialità che HotelCUBE International può offrire loro.

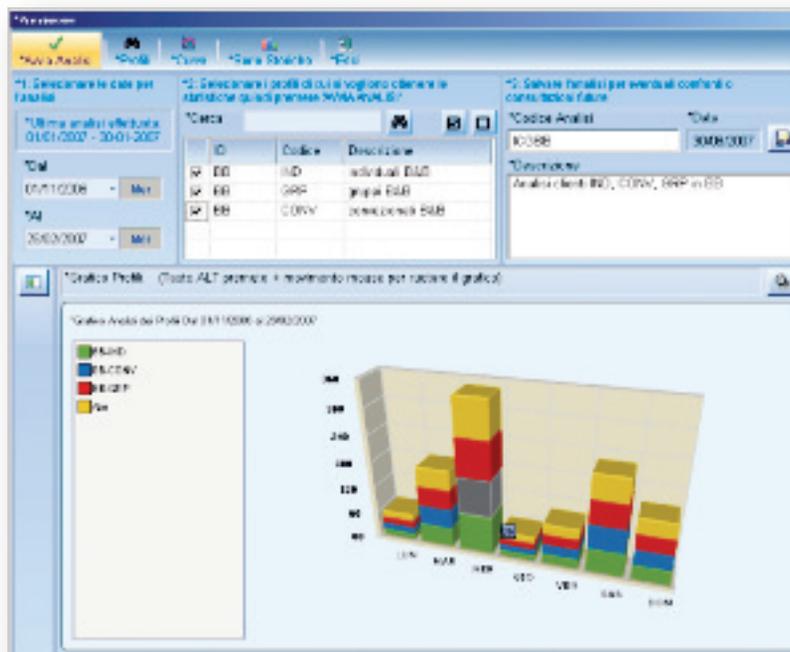
Tutto ciò che riguarda check-in, check-out e il database centralizzato, per i cluster alberghieri, fa ormai parte di una cultura acquisita e condivisa sia dagli albergatori che dai loro collaboratori. Ciò che ancora costituisce un elemento critico nella gestione di un albergo si riferisce alla capacità di gestire in tempo reale tutte le informazioni che riguardano la clientela, trasformandole in opportunità di vendita e di fidelizzazione.

Ciò richiede il coinvolgimento attivo ed intelligente di tutti i collaboratori in albergo, qualunque mansione essi abbiano, affinché svolgano una vera e propria opera di business intelligence, di monitoraggio e condivisione di tutte le informazioni che riguardano il rapporto con la clientela, diretto o indiretto che sia, dal settore della manutenzione a quello del servizio diretto.

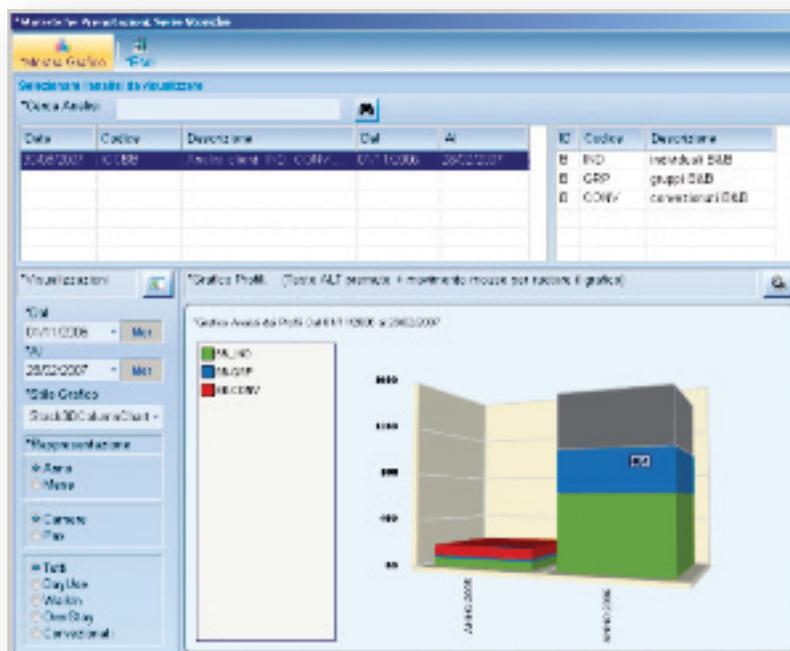
HotelCUBE International è uno strumento semplice, ma al tempo stesso potente, in grado di creare una strategia gestionale e commerciale vincente per l'albergo.

Il nostro obiettivo, che siamo sicuri aver centrato in pieno, era quello di fornire agli albergatori uno strumento informatico, tanto agile quanto sicuro, per affrontare la sfida del mercato nazionale e internazionale”.

“Le tecniche che proponiamo, come quella del pick up, consentono di ottenere risultati significativi senza utilizzare strumenti troppo sofisticati che di solito rendono abbastanza difficile la comprensione e il conseguente impiego di queste tecnologie nel concreto della vita dell'albergo” spiega Paolo Desinano, ricercatore del CST. “Tecnologie troppo sofisticate finiscono per restare sostanzialmente inutilizzate talvolta anche nelle grandi compagnie alberghiere



Mappa dei Profili, per giorno della settimana, assunta come accettabile dal Revenue Manager dopo un ciclo di analisi dei dati storici delle presenze



Report delle serie storiche (presenze e camere) con l'evidenziazione dei "segmenti" individuati nel periodo di analisi

CST, Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica

Assisi ospita la sede distaccata dell'Università degli Studi di Perugia ed esattamente i corsi universitari sul turismo della Facoltà di Economia sin dal 1991. Attualmente gli iscritti a questi corsi ammontano a circa 900. A latere e in collaborazione con la sede distaccata dell'Università in Assisi opera anche il Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST, www.cstassisi.eu), fondato nel 1982 da, tra gli altri, Università degli Studi di Perugia, Regione Umbria e Comune di Assisi. Il CST è stata una delle prime scuole di management per il turismo in Italia e si occupa, oltre che di alta formazione, anche di consulenza per imprese e territori. Lo specifico contributo del CST alla realizzazione del corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici (laurea triennale) e al corso di laurea specialistica in Economia del Turismo (biennale) (www.unipg.it/economia) si concretizza nel fornire personale docente, nell'organizzare laboratori professionalizzanti e stage per studenti, nella gestione di numerosi contatti con le imprese nonché nel mettere a disposizione la propria ricca biblioteca specialistica.

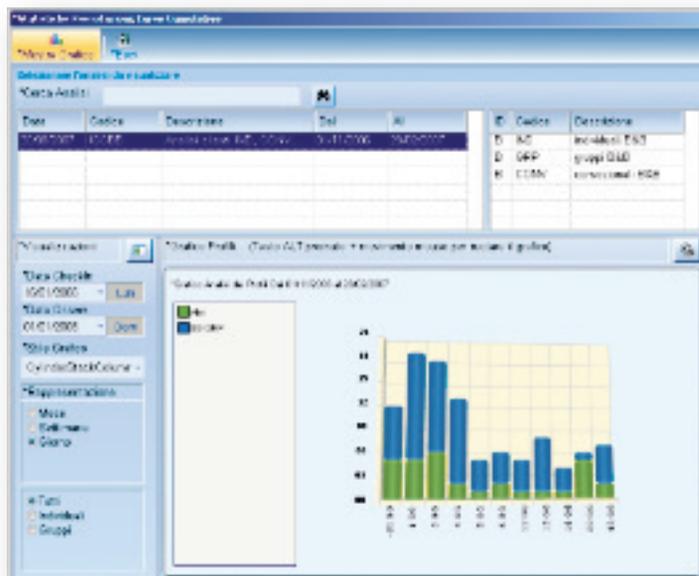
internazionali che investono risorse umane e finanziarie rilevanti”.

“Conosco l'ingegner Di Prima esattamente da vent'anni, quando il CST varò i primi corsi sulle nuove tecnologie informatiche relative al mondo turistico e si interessò alle software house che le realizzavano concretamente” continua Desinano. “Sono un tecnologo abituato a trasformare concetti astratti e tecnologie relative in fonte di business. Non basta predisporre architetture informatiche sofisticate se poi queste si rivelano inadeguate rispetto alla realtà concreta in cui devono calarsi. L'ingegner Di Prima è un progettista che vanta un'esperienza concreta nel mondo alberghiero indiscutibilmente privilegiata.

Abbiamo confrontato le rispettive conoscenze rivolte entrambe ad affrontare e risolvere problemi concreti nel mondo alberghiero. Da qui la finalizzazione di una collaborazione assai concreta quanto creativa. Si tratta di una collaborazione che risponde anche all'esigenza del Centro Studi sul Turismo di Assisi di confermare l'evoluzione verso un'esperienza consulenziale che affianchi quella tradizionale di tipo accademico. Lo sviluppo di Internet per esempio impone nuove strategie turistiche ed alberghiere che tengano conto delle opportunità commerciali come delle sfide che questo fenomeno impone con sempre maggiore forza all'intero settore. Una strategia efficace di Revenue Management può fare la differenza tra il successo o il fallimento, nel turismo come in moltissimi altri settori economici.

Gli albergatori italiani, che non dispongono di strumenti culturali e politici adeguati a causa delle loro dimensioni economiche e della debolezza politica del settore, hanno bisogno di strumenti agili quanto efficaci per proporsi in un mondo sempre più determinato dalla capacità di ottimizzare sia la gestione quotidiana che le strategie commerciali di medio e lungo periodo.

Il cluster alberghiero come l'albergo indipendente devono, soprattutto, riuscire a razionalizzare e ad ottimizzare quella che è la loro maggiore forza intrinseca, la forte individualità e il solido radicamento sul territorio. Ciò richiede sia un maggiore coinvolgimento delle risorse umane interne che una maggiore abilità nel sapersi proporre sul mercato nazionale e internazionale. La tecnologia consente tutto ciò purché sia



Curve cumulative delle prenotazioni. Viene rappresentato graficamente l'andamento delle prenotazioni per una specifica data di check in a partire da una specifica data di osservazione

stata studiata su misura per questo tipo di realtà aziendali. Nello sviluppo della suite di HotelCUBE International, la collaborazione tra Proxima Service e CST ha seguito proprio questa direzione”.

“Proxima Service e CST organizzeranno dei seminari a Milano e Roma presso le sedi Microsoft, affinché gli albergatori italiani possano toccare con mano i vantaggi legati a una politica di Revenue Management realizzati con le funzioni presenti in HotelCUBE International” aggiunge Di Prima.

“HotelCUBE International è stato certificato da Microsoft per il nuovo sistema operativo Windows Vista.

Windows Vista è un sistema assai più affidabile e sicuro di quanto sia mai esistito in precedenza nel mondo Microsoft. Ciò garantisce la sicurezza e l'affidabilità di HotelCUBE International.

Microsoft sta rilasciando anche un nuovo software di base, il Framework 3.5, con funzionalità ancora più sofisticate che rivoluzioneranno il modo di presentare i dati. Windows Presentation Foundation sarà la nuova tecnologia che permetterà di vedere i dati in formato tridimensionale.

Anche questa funzionalità si trova in HotelCUBE International e consente di presentare all'albergatore le varie griglie di dati in maniera assai più accattivante e immediata. Nel corso dei seminari Microsoft presenterà queste nuove tecnologie e il CST spiegherà il Revenue Management in maniera assolutamente divulgativa.

HotelCUBE International è lo strumento che offre funzionalità di Revenue Mana-

ger in ambiente Microsoft.

Infine, il CST sarà disponibile a fornire le necessarie consulenze agli albergatori che lo richiederanno e Proxima, a sua volta, a personalizzare il software a seconda delle necessità o delle richieste dei singoli cluster o degli albergatori indipendenti”.

“L'approccio concreto che proponiamo agli albergatori è quello della learning organization, vale a dire di aiutare i nostri interlocutori ad apprendere i perché, oltre che i come, si devono affrontare i vari problemi connessi all'attività alberghiera e soprattutto alla sua promozione e commercializzazione” interviene Paolo Desinano. “Non si tratta di vendere “soluzioni in cerca di problemi” quanto di imparare a riconoscere i problemi per cercare soluzioni “sostenibili”, cioè effettivamente comprensibili e applicabili.

Credo che questo sia il miglior approccio per diffondere e far crescere una cultura di marketing indispensabile per aiutare gli albergatori ed i cluster alberghieri a rispondere positivamente alla grande sfida del turismo moderno, che è un fenomeno industriale che va affrontato acquisendo e controllando gli strumenti culturali e tecnologici più avanzati dell'industria del turismo. I nostri seminari saranno assai concreti nell'approccio ai problemi e alle soluzioni del mondo alberghiero”.

Proxima Service Srl

Tel. 011 4731745, Fax 011 4378961
 Numero Verde 800330066
 info@proximaserv.it
 www.proximaserv.it