

09

ISSN 1121-0001  
Mensile - Anno L  
ottobre 2023



# HOTEL

D O M A N I

## STORIE DI ACCOGLIENZA

PROFESSIONI E PASSIONI  
DIETRO LE QUINTE DELL'ALBERGO

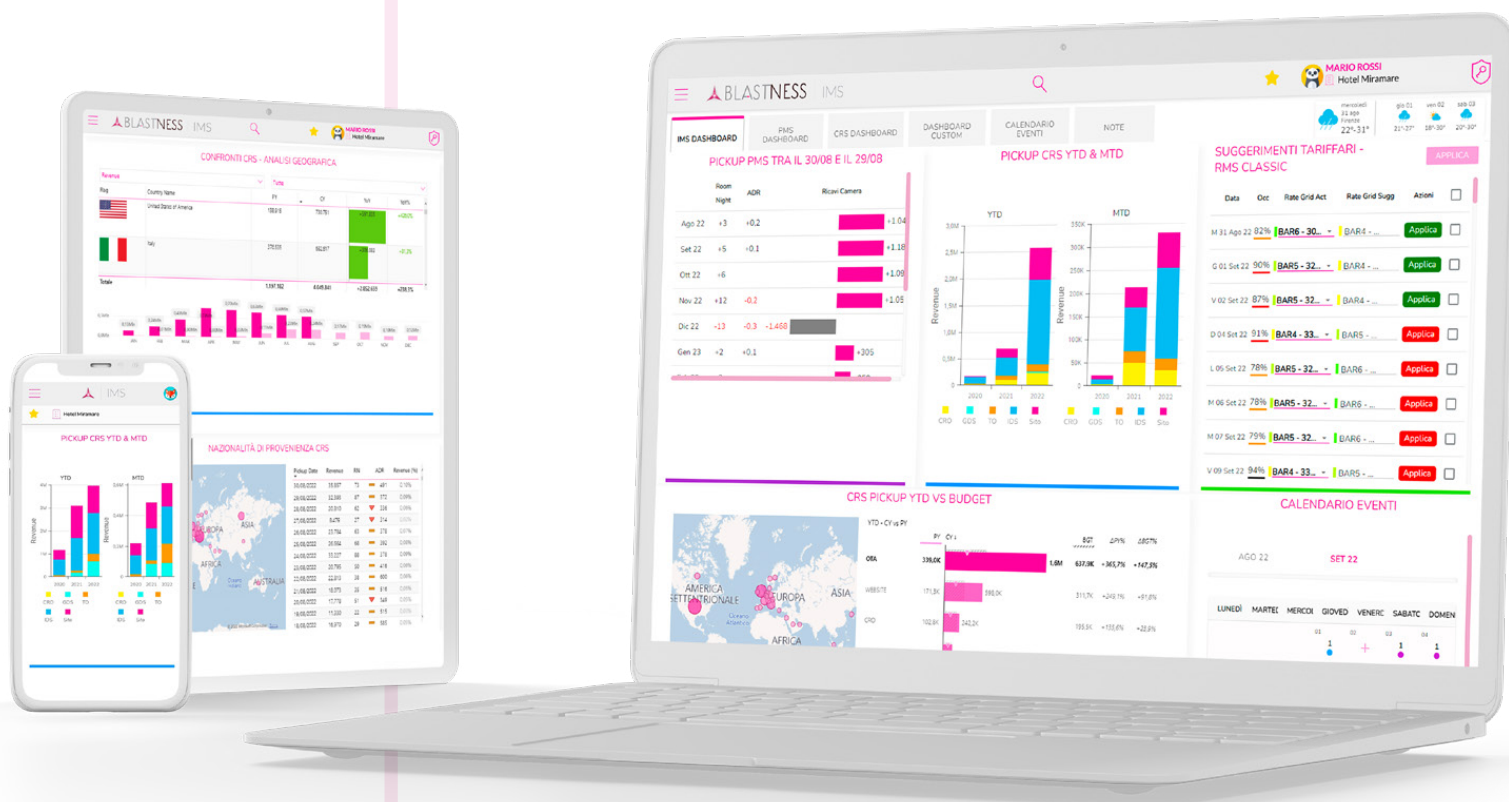


HOTEL DOMANI PER **BLASTNESS**

OTTOBRE

**135**

# Blastness Suite



# LA NUOVA FRONTIERA

NEI SISTEMI TECNOLOGICI ALBERGHIERI

Una piattaforma centralizzata per analizzare in modo integrato i dati dei diversi sistemi ed effettuare interventi semplici, rapidi e precisi



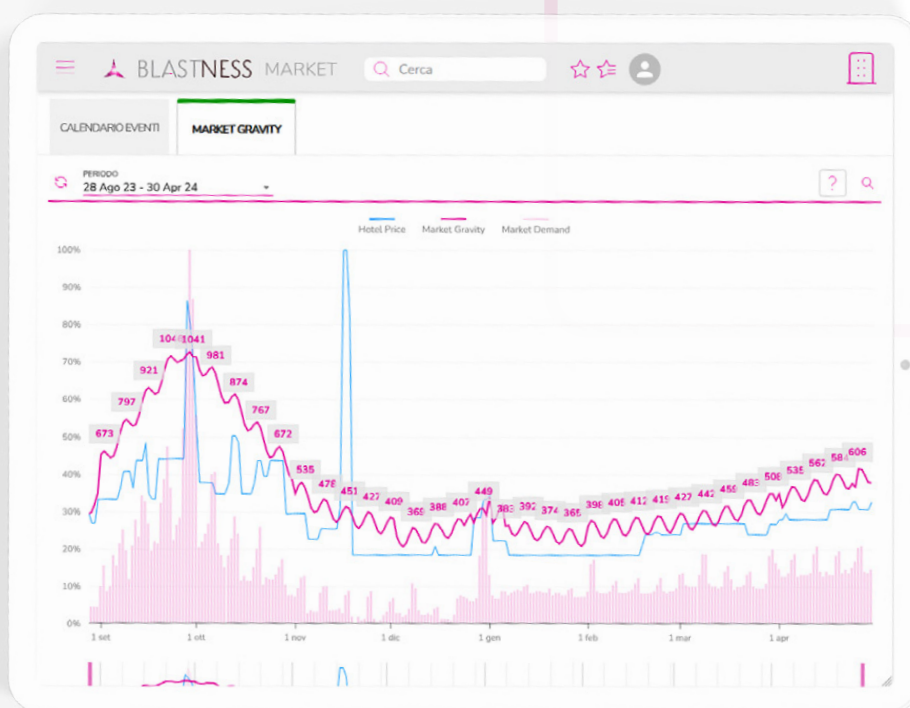
Negli ultimi anni la digitalizzazione dei mercati e la maggior presenza di catene internazionali hanno innescato una graduale evoluzione tecnologica delle strutture ricettive indipendenti italiane, che rappresentano la quasi totalità dell'offerta alberghiera nazionale.

Il salto evolutivo si è registrato sia a livello del canale diretto di vendita che - complice l'intenso sviluppo delle attività di web marketing e, soprattutto, di web advertising - è diventato più strategico, sia nell'utilizzo di sistemi di gestione della distribuzione elettronica e di ottimizzazione del revenue management (dal booking engine al channel manager, dal rate shopper all'RMS). Tali sistemi, tuttavia, spesso non dialogano tra loro e vengono utilizzati e consultati singolarmente. Questo non solo comporta una dispersione di tempo ma, soprattutto, non consente di avere una visione di insieme che permetta di agire in maniera puntuale.

**Blastness Suite è una piattaforma modulare che consente l'accesso ad otto diversi sistemi che possono essere integrati anche con sistemi di terze parti**

## Integrazione di dati e sistemi

Per rispondere a questa esigenza, Blastness ha sviluppato la piattaforma integrata Blastness Suite che facilita l'accesso ai principali strumenti alla base della gestione alberghiera e, integrandone i dati, consente all'hotel di avere una fotografia complessiva e costantemente aggiornata del proprio andamento e di quello del mercato, indispensabile per sviluppare al meglio le strategie di vendita e gestire l'operatività quotidiana. Un unico luogo che, mettendo in relazione una grande mole di dati eterogenei (dati di produzione, storici e di mercato) e diversi sistemi, suggerisce interventi mirati ad ottimizzare le performance e la redditività.



**Il Market Gravity Index indica il prezzo corretto a cui l'hotel dovrebbe vendere in base all'analisi del posizionamento del dynamic competitive market e della disponibilità di camere**

## Decisioni data driven

I suggerimenti strategici restituiti dall'integrazione automatizzata dei dati provenienti dalle diverse fonti analizzate, sono personalizzati sulla base delle caratteristiche della singola struttura, sulla pressione della domanda, sul mercato di riferimento e sugli obiettivi relativi ai diversi segmenti. L'hotel dispone, quindi, di informazioni customizzate - derivanti da un'interpretazione avanzata di dati semplici messi in relazione tra loro - che propongono interventi tattici e strategici altamente attendibili ed affidabili. Per fare un esempio concreto, un sistema integrato permette ai dati presenti nel PMS di condizionare - in modo automatico, 24/7 e in tempo reale - anche le azioni del sistema di gestione delle campagne

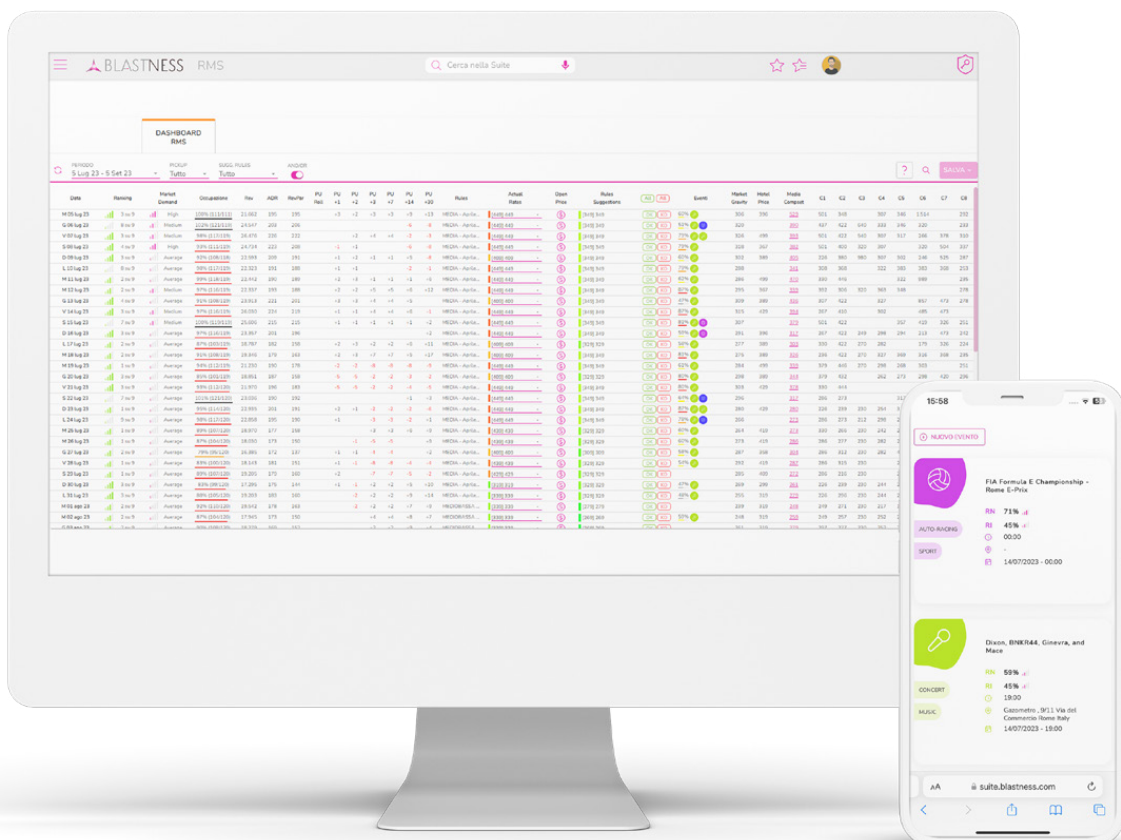
di advertising on-line su motori di ricerca e metamotori (BMS) portando ad una massimizzazione delle conversioni. Diversamente, le campagne vengono gestite sulla base di un budget giornaliero o mensile concordato con le agenzie web o di comunicazione, senza fare uso della enorme quantità di dati digitali di cui l'hotel già dispone, aumentando quindi i costi e riducendo i ricavi.

## Velocità di intervento

Il collegamento tra i diversi sistemi permette all'hotel di ottimizzare l'operatività e i processi decisionali, grazie all'utilizzo di pannelli interattivi e di facile lettura che sintetizzano i dati e suggeriscono interventi mirati applicabili sia manualmente dall'operatore sia in automatico dalla piattaforma o in forma ibrida. Tipicamente, ad esempio, l'hotel dispone di sistemi di reportistica (business intelligence) e di analisi del-

le tariffe della concorrenza (rate shopper) che hanno esclusivamente scopo di consultazione. In un sistema integrato, invece, l'operatore può cambiare la tariffa di vendita direttamente nelle schermate del rate shopper, oppure modificare tariffe e disponibilità anche per singola tipologia di camera all'interno dei diversi report del sistema di business intelligence. E, naturalmente, tali modifiche andranno ad aggiornare e condizionare tutti gli altri sistemi integrati.

## La piattaforma mette in relazione una grande mole di dati eterogenei e diversi sistemi suggerendo interventi mirati a ottimizzare le performance



**Il Revenue Management System utilizza algoritmi di intelligenza artificiale in grado di determinare per ciascuna data l'occupazione stimata con altissima accuratezza permettendo di massimizzare il RevPar**

## Vantaggio competitivo

La piattaforma Blastness Suite, in breve, raccoglie ed analizza singolarmente i dati provenienti dai diversi sistemi, li mette in relazione tra loro, suggerisce degli interventi mirati personalizzati e può anche applicarli autonomamente in tempo reale: tutto questo crea un enorme vantaggio competitivo, che deriva dalla combinazione di visione d'insieme e velocità.

**Tra gli strumenti presenti nel Rate Shopper, il Parity Check permette di monitorare la tariffa del sito ufficiale rispetto a quelle delle principali OTA**

## La piattaforma

Blastness Suite è una piattaforma modulare che mette a disposizione otto diversi sistemi, in costante evoluzione, che possono essere integrati anche con sistemi di terze parti.

L'innovativo **Integrated Management System (IMS)** si compone di due aree: la Control Tower e il Cockpit. La prima è una dashboard interattiva che fornisce, in una visione di insieme, le informazioni dei diversi sistemi grazie a grafici, report, suggerimenti e dettagli sui segmenti di mercato e sui canali di vendita, per monitorare l'andamento complessivo dell'hotel e agire sulle strategie di marketing e revenue management. La seconda riunisce diversi moduli dinamici per gestire tariffe, disponibilità, griglie tariffarie e chiusure del CRS ed avere il pieno controllo della propria distribuzione elettronica da un unico pannello che comunica con booking engine e channel manager anche di terze

parti. Oltre a mettere in relazione visiva i dati del CRS con i dati del PMS, il Cockpit consente una gestione avanzata delle funzionalità "2-ways" per il controllo della disponibilità del CRS in relazione alla disponibilità del PMS per singola tipologia di camera.

Grazie all'accesso al sistema di **Market Intelligence** si ha la possibilità di consultare quotidianamente l'indice di prezzo e di domanda di mercato per singola data e il livello di saturazione delle piazze. Tra le funzionalità il Calendario Eventi racchiude tutti gli eventi nazionali ed internazionali (distinti per categoria) programmati in una specifica località per conoscere l'impatto sul mercato e comprendere facilmente le fluttuazioni della domanda; il Market Gravity Index indica il prezzo corretto a cui l'hotel dovrebbe vendere sulla base dell'analisi del posizionamento del dynamic competitive market e della disponibilità di camere in vendita nel mercato di riferimento.

Il **Revenue Management System** utilizza algoritmi di intelligenza artificiale in grado di determinare per ciascuna data l'occupazione stimata con altissima accuratezza e suggerire la variazione tariffaria ottimale che massimizzi il RevPar. Tra i punti di forza del prodotto, la possibilità di attivare, in parallelo e a raffronto, sia un sistema "Rules" basato su regole personalizzate che determinano la tariffa di vendita sulla base di occupazione/calendario/booking window, sia un sistema "Sybilla" che suggerisce automaticamente la tariffa di vendita ottimale sulla base di un sofisticato algoritmo che elabora sia dati interni che esterni. In un'unica schermata il revenue manager può vedere entrambi i sug-

gerimenti, intervenire manualmente in open price o attivare le modifiche in automatico con funzione "auto-pilot".

Il **Rate Shopper traccia** in tempo reale le tariffe su un periodo di 365 giorni, tenendo conto anche delle restrizioni di minimum stay, e archivia ogni informazione per avere report sull'andamento delle variazioni tariffarie dei competitor. In più consente, nella sua ultima release, di intervenire direttamente sulla tariffa di vendita senza uscire dalla schermata del rate shopper. Tra gli strumenti presenti nel sistema, il Parity Check permette di monitorare la tariffa del sito ufficiale rispetto a quelle delle principali OTA.

Le **Business Intelligence CRS e PMS**, da sempre prodotti di punta e distintivi dell'offerta Blastness, sono oggi più interattive e ricche di contenuti grazie all'integrazione di report multidimensionali che si basano su una maggior mole di dati.

A completare la suite, **Bid Management System** e **Content Management System**. Il primo consente l'ottimizzazione delle campagne di advertising su motori di ricerca e metamotori tramite sofisticati algoritmi di intelligenza artificiale. Il secondo è collegato nativamente al sistema di Content Delivery Network messo a disposizione da Microsoft Azure, che è in grado di replicare i contenuti del sito in ben 118 hub in tutto il mondo, garantendo le stesse prestazioni in termini di velocità di navigazione, a prescindere dalla nazione da cui ci si collega. Le ottimizzazioni sui contenuti e sul modo di gestire il codice dei siti permettono, inoltre, di avere uno standard di punteggio elevato nei vari assesment di performance definiti in Google Hotel Insight.

